HUDJOLLY

AR-RUZZ MEDIA



IMAGOLOGI
STRATEGI REKAYASA TEKS

"Imagologi merupakan sistem produksi halusinasi yang dipercaya sebagai sistem pengetahuan publik yang berderajat pengetahuan *common sense*. Secara mekanis, imagologi dibangun lewat aksi-pasi dan relasi dari setiap rajutan simbol ditambah pemanfaatan daya imajinasi."

---*(Mark Slouka)*

IMAGOLOGI: STRATEGI REKAYASA TEKS

IMAGOLOGI
Strategi Rekayasa Teks

Editor: ....
Proofreader: Nur Hidayah
Desain Cover: TriAT
Desain Isi: Leelo Legowo

Penerbit:
AR-RUZZ MEDIA
Jl. Anggrek 126 Sambilegi, Maguwoharjo
Depok, Sleman, Jogjakarta 55282
Telp./Fax.: (0274) 488132
E-mail: arruzzwacana@yahoo.com

ISBN:....................................
Cetakan ....

Didistribusikan oleh:
AR-RUZZ MEDIA
Telp./Fax.: (0274) 4332044
E-mail: marketingarruzz@yahoo.co.id

Perwakilan**:**
Jakarta: Telp./Fax.: (021) 7900655
Malang: Telp.Fax.: (0341) 568439

Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT)

....
....
....
280 hlm, 14 X 21 cm
ISBN: 978-979-25-4642-2
1. ....
I. Judul II. ....

PENGANTAR PENERBIT

Imagologi merupakan representasi visual dan naratif, jadi yang dikedepankan adalah citra, mediumnya adalah media massa. Iklan-iklan komersial dan propaganda ideologis, menurut Milan Kundera, merupakan bagian dari satu aturan yang sama, yakni: imagologi. Kata ini mencakup "agensi periklanan juga manajer kampanye politik". Imagologi-imagologi menciptakan citra atau imaji (*image*) bisa dalam suatu rentang waktu yang pendek dan singkat. Imagologi membuat massa tidak bisa lagi membedakan mana yang nyata, mana yang "tidak nyata". Semuanya dilihat sebagai suatu "kenyataan". Imagologi dapat ditemui dalam bidang-bidang, misalnya politik atau keagamaan. Imagologi digunakan semata-mata untuk kepentingan tertentu.

Untuk mencapai kepentingan tersebut, digunakanlah perantara-perantara (medium-medium). Pemakaian medium-medium tersebut bukan dimaksudkan untuk memudahkan tersampaikannya pesan-pesan, melainkan bagaimana agar suatu pesan pesan dapat menempati layar-layar, menguasai medium-medium itu, dan menjadi isi dari medium.

Dalam bidang keagamaan, corak pengidentikan massal tersebut telah melahirkan apa yang disebut "realitas imagologi religius" yang pada gilirannya akan memengaruhi pemahaman keagamaan masyarakat umum di masa berikutnya. Penciptaan realitas imagologi religius dapat ditengok dari pemilihan perlokusi pada contoh-contoh produksi medium, semacam *Sabilli*, *Al-Futuwwah*, *Al-Fikr*, ijtihad, dan seterusnya. Setiap medium memiliki visi dan ciri khas yang menyimpan agenda masing-masing. Tidak terkecuali medium-medium, seperti serial *Hidayah* (TPI, 2009), *Kiamat Sudah Dekat* (SCTV 2009), *Para Pencari Tuhan* (SCTV, 2010), dan seabreg sinetron setiap menjelang bulan puasa.

Buku ini akan mengupas imagologi sebagai rekayasa teks, terutama imagologi keagamaan. Pembahasan akan menyangkut fenomena rekayasa teks, pengenalan teks dalam studi fenomena sosial keagamaan, realitas imagologi, hubungan imagologi dan realitas keagamaan, struktur epistemik imagologi religiusitas, dan transformasi fenomena religiusitas. Penjelasan yang bernas dan gamblang penulis kiranya dapat menambah wawasan kita tentang imagologi. Akhir kata, selamat membaca.

Jogjakarta, Oktober 2011
Redaksi

PENGANTAR PENULIS

Bismillahirrahmanirrahim

Asyhaduala ila ha Ilallah wa asyhadu anna muhammad rasululloh. Segala Puji bagi Pemilik Pengetahuan yang dengan Rahman dan Rahim berkenan menampakkan *tajalliyat* asma Latif, berkenan meneteskan *dzauq* dan *ilm al qouli* (ilmu perkataan) menuju *wahidiyah* hingga Engkau berkenan mengangkat hijab demi hijab dan Engkau jauhkan kami dari *Dhulmah* dan ketinggian hati orang-orang yang merasa tahu. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan pada Baginda Muhammad Saw. yang nurnya memancari semesta-semesta alam, beserta seluruh keluarga dan para sahabat serta semua kekasih-Mu.

Sungguh *kasyf*-Mu menyadarkan diri bahwa tiada keperkasaan (*Jalaal*) selain menuju keagungan (*Adzamah*) dan Iqtidar-Mu. Maka, tiada pengetahuan yang tidak menuju Engkau. Karena itu, kami berlindung kepada Engkau dari Asma-Mu, *ya Mundzil ya Mummit,* dari kealpaan yang Kau karuniakan pada kami saat menguntai tulisan ini. Tulisan kecil ini hanya sekadar jalan untuk menunjuk betapa Engkau selalu terhijab. Banyak dari pengetahuan *pseudo* yang justru menenggelamkan kita, kian merentangkan *al-Ghatlah* jarak antara

makhluk dan *Khaliq*. Tulisan ini adalah salah satu contoh kecil ketenggelaman kita dalam pengetahuan yang semu.

Atas terselesaikannya tulisan ini, tidak lupa ucapan terima kasih diaturkan sedalam-dalamnya pada pintu-pintu *Wuhsul*-Mu (dan semoga rahmat ampunan, dan karunia senantiasan tercurah) antara lain: Rektor Universitas Gadjah Mada Yogyakarta cq Dekan Fakultas Filsafat UGM, Dr. M. Mukhtasyar Syamsuddin. Kepada Dr. Joko Siswanto dan Dr. Arqom Kuswanjono, atas kritik teori terhadap ini dan kebesaran hatinya menerima pendapat dari penulis yang berbeda sudut pandang. Tidak ketinggalan Dr. Abbas Hammami Mintaredja yang sering memberikan masukan penting, seluruh rekan peminat studi Filsafat di program Pascasarjana Filsafat UGM angkatan tahun 2008 dan 2007 yang telah menjadi rekan diskusi menarik selama studi.

Secara internal, kepada Ibunda Siti Achdari yang kini tiada lagi bersua, dan ayahanda Kartoredjo yang hanya berjumpa dalam memori-memori. Istri tercinta, S.Inayatulloh, yang kerap kehilangan momen bersama; si kecil, Sasyahidan Inayat Haq, yang tak kudengar lagi tangisnya. Ema Arisah dan Bapak Tahmid di Buaran. Seluruh kru *NirmalaPost* dari redaktur, rekan wartawan, hingga *lay outer* yang rela bekerja *by chat*. Semoga Allah berkenan memberikan "senyuman" atas semua perbuatan kita. Besar harapan bahwa tulisan kecil ini bisa berguna bagi perkembangan jurnalisme religius (komunikasi agama) yang memiliki basis pemikiran mendalam agar tidak kehilangan makna keagamaan saat menguntai tulisan, tidak kering dari khazanah pengetahuan azali, dan melepaskan diri pertarungan *interest* (kepentingan) di balik narasi medium, terutama dalam narasi berita teks keagamaan. Kesadaran itu akan membawa kita semua untuk memahami peta pemikiran yang merajai dunia tulis, sebuah dunia raksasa yang menjadi tempat tinggal Imagologi. Akhirnya, penulis menantikan kritik

dan saran sebagai bahan diskusi berikutnya. Terima kasih. *Wasalamu 'ala Manit taba al Huda, Wasalamu'alikum Wr Wb.*

Jogjakarta, Oktober 2011
Hudjolly

DAFTAR ISI

GLOSARIUM

Abduksi: kasus inferensi sintetis yang mengandaikan bahwa situasi-situasi tertentu (dalam teks) merupakan kaidah umum yang sesuai dengan pengandaian tersebut (menggambarkan realitas original penuh).

Actum: sesuatu yang sudah dilakukan, atau operasi, fungsi, kegiatan yang sudah dilakukan atau sedang dilakukan.

Agama Simbolik: implementasi agama oleh pemeluk secara sepihak yang diekspresikan (sadar/tidak sadar) dengan mengubah bentuk simbolik tertentu yang menggambarkan minimal lima sistem kode, yaitu agama untuk relasi kekuasaan, agama sebagai jalan integrasi identitas, agama sebagai sistem kapital, agama sebagai pola konsumsi, dan agama untuk mendominasi makna.

Agama'(aksen): institusi agama yang menghadirkan wajah interpretasi baru agama dalam ekspresi implisit yang diawali anggapan kebangkitan modernitas akibat hilangnya bentuk-bentuk kebudayaan tertentu diiringi oleh kebutuhan untuk memahami agama yang modern.

Aspek intensionalitas: sikap subjek terhadap objek yang dipakai Husserl, yakni suatu kesadaran yang tertuju secara penuh pada

objek. Hubungan persepsi terhadap objek tanpa kesadaran yang disebut *empty intention*.

Common opinion: struktur pengetahuan massal hasil dari imajinasi terorganisasi, rangkaian sistem simbol, melalui permainan analitika dengan intensionalitas subjek-objek secara khas.

Common sense: istilah yang dipakai Hospers, bermakna kemampuan yang dimiliki manusia dalam kedudukannya sebagai subjek yang ingin mengetahui dalam rangka kegiatan menjadi tahu, selain kemampuan untuk tahu melalui indra, rasio, intuisi, dan keyakinan.

Dataran imanensi: menjelaskan lingkup tempat imagologi mengalami penurunan makna dari ekspresi keterlibatan langsung dalam ritual religius menjadi pengamatan yang melulu imanen. Imanen karena eksistensi keyakinan, bagaimana ia ada dalam diri subjek diobjektifikasi melalui epoche. *Teks* adalah dataran imanen dari imagologi.

Deviasi imagologi: sistem yang selalu menyamakan dua objek yang berbeda antara imagologi (religius) dan fenomena (religius).

Disevidensi: ketidaktepatan penempatan bukti hasil persepsi terhadap objek yang dipersepsi, tidak berhasil menggambarkan objek riil. Contoh disevidensi di antara lain deviasi imagologi.

Elemen tanda: merupakan elemen dasar dalam sistem tanda, yakni bagian yang tidak dapat dibagi lebih kecil lagi.

Epoche: istilah yang diperkenalkan oleh Edmund Husserl selanjutnya dikembangkan oleh Paul Ricoeur dalam hermeneutika sosial, merupakan peristiwa maya aktus imajinatif yang memulai seluruh permainan tempat subjek menukar tanda dengan sesuatu dan tanda dengan tanda lainya.

Evidensi: digunakan oleh Kennet T. Gallagher untuk menjelaskan cara bagaimana kenyataan hadir bagi subjek, atau diartikan sebagai perwujudan dari akal dan bagi akal.

Gram imagologi: berarti tidak ada A' yang dianggap sebagai penanda utama, sekalipun dapat menginspirasi penanda baru (A").

Horizon: salah satu konsep yang diperkenalkan Edmund Husserl untuk menjelaskan kesadaran dan pengalaman, yakni sebuah lingkar wawasan atau lingkaran pandangan yang memuat perbedaan penampakan yang sejati dan penampakan yang tidak sejati.

Icon: penyatuan kumpulan-kumpulan elemen tanda baik visual atau non-visual.

Imagologi: mekanisme produksi realitas yang berstatus aksen (realitas rekaan) dalam medium-medium menggunakan perangkat simbol dan pilihan *sign asemblance*. Citra merupakan akibat dari pemakaian salah satu sub-kelas imagologi, yakni *icon*.

Imanensi komunikasi diri: status ontologis bagi realitas imagologi, sebuah ada bagi diri yang pengaruhnya untuk menyerahkan diri sehingga menjadi diri sendiri. Seperti kegiatan belajar adalah ada dan berpengaruh bagi dirinya, diri menyerahkan keadaan kepada situasi belajar

Interpretasi: konsep yang dipakai Derrida untuk menjelaskan pengamatan terhadap makna atau penipuan berkedok makna dan tanda buatan yang berupa figur buatan karena dalam pemikiran tersebut kemungkinan untuk hadirnya makna yang literal, benar, dan identik dalam dirinya sendiri telah tertutup. Interpretasi tidaklah bebas nilai, tapi memiliki suatu tendensi. Interpretasi juga diartikan suatu bentuk kehendak untuk berkuasa, eksis—bukan sebagai pengada, tetapi sebagai sebuah proses, sebuah kemenjadian, sebuah *becoming*—sebagai dampak

Konstruksionisme sosial: disebut juga konstruktivisme sosial artinya pengetahuan yang disusun untuk menggambarkan realitas di ranah sosial berdasar pada premis-premis yang dibangun. Premis bukan sekadar saluran pengomunikasian informasi tentang keadaan mental utama atau perilaku atau fakta-fakta dunia.

Patafisika: konsep Baudrillard yang diadopsi dalam teori imagologi untuk menerangkan dimensi metafisika produksi dari A' ke A'' yang menunjukkan adanya pergerakan tanpa akhir wujud imagologi ke imagologi, diproduksi oleh produser untuk membuat polemik produser lain, merekonstruksi pandangan dirinya, atau dibangun oleh produser dengan target untuk pengetahuan *common people.*

Perlokusi imagologi: kegiatan menghadirkan efek tujuan dari aksi dan gerak dalam produksi imagologi yang relasinya disesuaikan momentum, melalui sistem simbol, mengelola aktus-aktus (ilusif) tertentu untuk menghasilkan potentia sesuai relasi dimaksud.

Realitas imagologi: fenomena yang dipahami secara autostruktural yang memberikan petunjuk pada perbedaan dalam genus dan spesifiknya (species). Relasi, kausalitas, kesamaan, dan perbedaan merupakan hal-hal yang termasuk bersifat autostruktural.

Repetisi gram: sifat yang kronoskopis dari produksi tanda baru yang dilakukan berdasarkan organisasi waktu dalam medium yang tidak bersifat terus-menerus, tetapi terpatah-patah oleh interupsi.

Seduksi: konsep yang dipakai Baudrillard untuk menjelaskan mekanisme penyembunyian sesuatu dari tatanan yang terlihat menonjol sehingga menjadi lawan produksi sebagai usaha menampakkan hal-hal menjadi kasat mata.

Semiotika komunikatif: konsep semiotika Umberto Eco, sebuah perilaku komunikatif dalam memproduksi imagologi dengan cara memproduksi tanda-tanda (*sign*) untuk membangun teks

aksen. Semiotika mengkaji seluruh proses kultural sebagai proses komunikasi.

Sign Asemblance: penambahan tanda-tanda audio dalam *icon* menjadi kumpulan tanda, misalnya narasi audio plus video dalam tayangan iklan.

Simulakra Duplikasi: imagologi A' ke A'', proses pembentukan pengetahuan turunan menjadi turunan lagi dan demikian seterusnya.

Simulasi: menggantikan tanda dengan petanda untuk dikonsumsi, diperkenalkan oleh Jean Baudrillard. Masyarakat membeli rumah dengan cara mengonsumsi maket bangunannya, membeli produk dengan cara tanda yang dilekatkan pada suatu produk.

tanda (sign): perwujudan kompleks elemen tanda atau *sign* ialah kumpulan elemen-elemen tanda.

Tanda: unit yang disusun oleh sejumlah elemen berbeda yang masing-masing bisa berfungsi sebagai tanda. Dikembangkan oleh Arthur Asa Berger, tanda memiliki dua sub kelas, yakni simbol dan signal. Tanda disusun dari simbol yang tersusun dari empat bagian, yaitu *sign elements*, *sign*, *icon,* dan *sign asemblance*. Unit terkecil tanda adalah elemen tanda (*sign elements*).

Teks (cetak miring): diartikan sebagai bentuk akhir dari kumpulan tanda-kumpulan tanda yang berhubungan secara sistematis dalam suatu narasi dalam *sign asemblance.*

BAGIAN I

Fenomena Rekayasa Teks

Era sekarang ini, istilah populer yang bernama *modernitas* bukan lagi sebatas konsep atau berupa gagasan maupun sekadar wacana. Istilah *modernitas* kini telah menjadi bagian realitas nyata kehidupan masa kini, sebuah keadaan kehidupan yang sungguh-sungguh ada, terlihat, terasakan, serta dialami oleh semua orang yang hidup pada masa kini. Semua orang ingin diberi predikat modern. Untuk itu, gaya hidup mereka diubah, menyesuaikan diri dengan syarat-syarat yang bisa mendatangkan sebutan modern. Modernitas memakai salah satu parameter berupa interaksi dengan teknologi, terutama teknologi layar. Semua budaya dan perubahan perilaku itu berbasis pada bagaimana teknologi layar mengemas dan menyajikan kebudayaan, gaya hidup, pengetahuan, informasi, dan dakwah keagamaan/spiritual. Teknologi layar mengemas semua fenomena kehidupan menjadi serpihan-serpihan diafragma layar.

Kenyataan tentang modernitas merupakan realitas yang *common sense*, yakni suatu kenyataan yang dipahami bersama oleh semua orang

sebagai kelumrahan (lazim) yang umum. Akibat pemahaman kelaziman umum itu, atas nama modernitas, semua orang berusaha terus-menerus berinteraksi dengan teknologi, terutama teknologi layar dari bentuk paling sederhana sampai bentuk paling kompleks. Teknologi layar yang paling sederhana berupa lembaran pamflet, buletin, spanduk, surat kabar, *billboard* di tepi jalan, sampai teknologi layar yang cukup canggih, seperti *digital handphone* (PDA, *virtuephone*, *smartphone*, atau PC *tablet*), komputer, laptop (internet), videotron, dan berbagai macam alat teknologi digital yang mengandalkan layar.

Seorang pemikir bernama Marshall McLuhan dalam buku *Understanding Media: The Extension of Man* (1967: 16), membagi dua macam peran layar. Peran pertama, layar sebagai medium (perantara), yakni sebagai sarana penyampaian pesan. Inti peranan ini adalah adanya isi pesan yang hendak disampaikan melalui layar (medium/perantara), layar hanyalah sekadar alat atau sarana dan cara menyampaikan pesan. Peran kedua, bahwa dalam batas-batas tertentu, layar telah berubah sebagai tujuan, bukan sekadar perantara pembawa pesan. Layar atau medium yang semula hanya alat penyampai pesan berubah menjadi tujuan utama dari pesan-pesan yang hendak disampaikan manusia. Pemakaian layar atau medium bukan dimaksudkan untuk memudahkan tersampaikannya pesan-pesan, melainkan bagaimana agar suatu pesan dapat menempati layar-layar, menguasai medium-medium itu, dan menjadi isi dari medium. Pesan, dalam hal ini, tidak sebatas kalimat-kalimat yang berisi suatu "pesan" tertentu. Maknanya lebih luas, misalnya seseorang (politisi/aktor) yang bertujuan menyampaikan "sesuatu pesan" kepada khalayak. Pesan politisi berarti ajakan untuk mendukung gerakan politiknya, bisa pula pesan yang berisi tawaran *platform* atau wacana untuk menyikapi suatu hal. Bentuk-bentuk pesan semacam ini sangat beragam dan berjumlah tidak terbatas. Dalam bahasa sederhana, fenomena di masyarakat yang berebut *nampang* di layar kaca. Itulah contoh dari medium yang telah menjadi tujuan,

bukan sarana. Orang-orang tersebut berusaha menampilkan diri di medium, layar-layar. Tampil di layar medium adalah tujuan. Aneka acara, kegiatan didesain agar orang dapat tampil di layar medium. Mengingat betapa banyak jumlah peminat yang tertarik untuk tampil di layar medium, dapat dipastikan bahwa setiap acara semacam itu digelar selalu menghasilkan antrean peminat yang mengular. Tidak hanya acara-acara hiburan, aneka kegiatan masyarakat pun disusun bertujuan agar dapat tampil di layar medium pula. Berbagai kegiatan sosial masyarakat, kisah tragis bencana, dan cerita sedih kehidupan keseharian masyarakat terus mengisi medium-medium. Pendek kata semua kegiatan, semua sisi kehidupan berusaha dikemas dalam liputan media, tampil pada layar medium, melibatkan teknologi untuk menunjang kehidupan mereka.

Wajah sosial keagamaan berusaha menyertakan format-format teknologis agar dapat menguasai medium layar. Gejala paling menonjol terjadi di area budaya pop (yang telah latah) semuanya memusatkan diri ke dalam dua aspek: menyampaikan pesan dan menjadi menguasai medium. Salah satu contoh usaha menguasai medium ialah maraknya dorongan orang-orang yang dengan berbagai cara berlomba menjadi figur sentral di *billboard*, di televisi, koran, dan majalah. Tidak hanya masyarakat bebas, para pejabat, birokrat, politisi, aktivis, cendekiawan, dan tokoh masyarakat juga berusaha menempati layar medium. Keberhasilan menempati ruang media identik dengan prestasi dan menjadi ukuran pencapaian sukses. Tanpa kehadiran teknologi layar pun, usaha untuk menciptakan diri sebagai pusat pesan tetap dapat dilakukan. Hal itu dilakukan dengan cara menduplikasi atau meniru para figur medium, mengikuti apa yang dipesankan oleh si figur. Semua yang ditampilkan para figur adalah sebuah pesan-pesan tertentu. Dengan meniru gaya si figur medium, seolah-olah sudah mengindentikkan diri dengan kualifikasi si figur. Perilaku duplikasi dan peniruan figur menempatkan layar sebagai pusat identitas. Informasi

merupakan bentuk terkecil dari rantai proses menyampaikan pesan dan menjadikan medium sebagai tujuan (pusat).

Medium terkecil dan paling sederhana yang tidak memerlukan alat khusus adalah pembentukan gestur, bahasa tubuh, atribut, dan gaya bicara yang disampaikan oleh tubuh kepada tubuh lain. Peniruan gaya pakaian figur (artis/tokoh) adalah imajinasi penguasaan medium, mengandaikan diri sebagai pusat pesan, dan meneruskan pesan yang disampaikan si figur/tokoh. Perbuatan menirukan perilaku figur/tokoh dan meniru pendapat para tokoh termasuk perbuatan meneruskan pesan. Penerusan pesan dilakukan dengan proses peniruan, baik peniruan atributif, peniruan simbol, peniruan bahasa, maupun peniruan informasi. Sebab, cara pemilihan pakaian, cara berbicara, dan bahasa tubuh orang tertentu didasarkan pada suatu tujuan tertentu, yaitu agar tercipta suatu kesan tertentu bagi lawan bicara atau orang lain. Para figur yang ada menguasai medium dan para tokoh yang mendominasi layar memiliki suatu tujuan tertentu. Semua orang pun berusaha menyampaikan pesan kepada orang lain. Misalnya, "pesan keberhasilan meraih sukses" disampaikan melalui pemilihan pakaian, perlente, sepatu, aksesori merek kelas atas, dan "pesan karismatik" disampaikan melalui gaya bicara dan gestur serta pemilihan ikon yang dilekatkan pada tubuhnya, "pesan agamis (alim)" disampaikan melalui pemilihan busana yang serba-identik dengan ikon-ikon agamis, gaya bahasa dan gestur yang agamis, dan seterusnya. Setiap orang, atas dasar suatu tujuan tertentu, berusaha menyampaikan pesan tertentu pula.

Semua bentuk ekspresi sosial (realitas) di masyarakat tidak bisa menghindar dari dua macam model medium tersebut di atas: menyampaikan suatu pesan lewat medium atau menjadikan medium sebagai tujuan. Medium secara efektif telah menjadi tempat menyampaikan pesan-pesan politik dan gagasan keagamaan. Di bidang religius ini, telah mulai terangkum berbagai macam kemunculan

fenomena sosial keagamaan yang bertipe khusus: fenomena imagologis. Semua realitas telah dicipta, didesain (direkayasa) demi satu pesan tertentu atau demi menguasai medium tertentu.

Semua bentuk-bentuk realitas sosial tidak lagi utuh apa adanya, tetapi memiliki sisi yang ditonjolkan (demonstrasi*)* dan sisi yang disembunyikan (monstrasi). Suatu realitas yang dikemas dalam layar menyebabkan dua kondisi: demonstrasi dan monstrasi. Seseorang yang bertemu kawan lama di kota-kota besar, misalnya, tidak lagi bisa menilai secara utuh apa dan bagaimana kawan lama yang baru bertemu itu karena gestur, gaya bahasa, dan atribut dilekatkan erat sebagai pencipta kesan (citra). Kesan yang dapat ditangkap ialah yang tampak (atau ditampakkan) dari pertemuan tersebut. Kejadian serupa dapat ditemukan pula pada kelompok ibu-ibu arisan di kampung, kelompok pengajian ibu-ibu di perumahan, komunitas sosial, dan lain sebagainya yang setiap individu dan kelompoknya menyiratkan pengiriman pesan-kesan tertentu. Sifat artifisial dan asli bercampur-baur, susah untuk dipisahkan. Semua bentuk tampilan realitas tidak lagi dilihat dalam dua warna: hitam atau putih. Khusus untuk fenomena sosial keagamaan, akibat reduksi kenyataan hanya menjadi "hitam" atau "putih", fenomena sosial keagamaan di dalam medium telah mulai berbalik arah menjadi bumerang bagi agama. Fenomena imagologis keagamaan menyebabkan kematian agama, akibat proses pe-medium-an yang mengonstruksi wujud utuh keagamaan dari realitas faktual agama (aktivitas keagamaan) menjadi tampilan-tampilan layar agamis semata.

Di satu sisi, medium berhasil menampilkan berbagai macam wajah sosial keagamaan sebagaimana dikehendaki penyampai pesan atau pemilik medium atau orang yang membayar jasa medium. Di lain sisi, wacana dan gagasan keagamaan yang diusung medium mengakibatkan dampak lain yang tidak disadari berupa pembentukan potret sosial kemasyarakatan yang baru sebagai akibat perlokusi

teks yang dipakai oleh medium. Potret sosial yang diterima benak masyarakat luas, terbentuk bukan karena adanya “kesadaran agama”, melainkan berasal dari efek pemilihan kata-bahasa (teks) yang dipakai oleh medium, oleh si pengiklan, dan oleh aktor/figur/tokoh. Perlokusi hadir akibat pilihan teks yang dipakai ketika medium mereduksi, menggubah realitas nyata suatu fenomena sosial keagamaan menjadi kumpulan simbol (teks) di dalam medium. Bahasa yang dipakai untuk dan oleh medium untuk mendeskripsikan realitas bukanlah bahasa alamiah karena ada aturan tertentu yang menyebabkan dipilihnya kata demi kata untuk mendeskripsikan keadaan. Salah satu sifat dasar bahasa yang bisa menerangkan segala sesuatu adalah fakta bahwa bahasa tidak mampu menggambarkan secara utuh setiap kenyataan.

Contoh: fakta lapangan menunjukkan bahwa di perusahaan sawit x terjadi demonstrasi petani, kemudian terjadi bentrok petani dengan kepolisian, dua petani tertembak dalam bentrokan tersebut. Dari kejadian lapangan tersebut, terdapat variasi pilihan bahasa teks yang dapat menimbulkan perlokusi-perlokusi tertentu, antara lain:

a. *Demonstrasi di PT X, dua petani terluka*;
b. *Demonstrasi petani berakhir ricuh*;
c. *Polisi tembak dua demonstran PT X;*
d. *Polisi halau aksi anarkis di PT X;*
e. *Perusahaan sawit X didemo petani;*
f. *Dua petani ditembak polisi saat berdemonstrasi;*
g. *Polisi robohkan dua dalam demonstran di PT X;*

Setiap pilihan teks di atas mendatangkan perlokusi yang khas. Setiap pemilihan bahasa tersebut telah disesuaikan dengan tujuan-tujuan tertentu dari si pemilih. Misalnya, memilih (c) bertujuan memberikan perlokusi negatif terhadap institusi polisi, pilihan (b) bertujuan memberikan kesan bahwa petani bertindak anarkis dan

buruk. Kemunculan setiap kata-kata yang dipilih berasal dari suatu alasan tertentu, bukan suatu pilihan acak tanpa maksud. Alasan dapat disebut sebagai kepentingan.

Dalam bahasa agama, kepentingan itu lazim bersembunyi di balik sebutan "dakwah". Itulah salah satu contoh alasan yang dipakai imagolog ketika mengubah fenomena keagamaan demi menempati medium-medium. Dengan meminjam pisau analisis Marshall Mc Luhan, bukan isi agama yang menjadi tujuan dilangsungkannya dakwah melalui layar medium, melainkan supaya "agama" dapat menempati medium. Penempatan medium merupakan tujuan dengan menggunakan sarana agama. Agama yang memiliki tujuan mengisi ruang medium adalah agama dalam bentuk-bentuk institusi (organisasi) agama yang memiliki visi dan misi tertentu, jadi bukan agama *an sich*. Tidak mengherankan apabila setiap organisasi keagamaan dengan suatu alasan memilih membuat medium sendiri daripada berkompetisi menciptakan performa sosial keagamaan untuk menarik minat medium-medium. Setiap organisasi yang memilih cara semacam itu telah memiliki ciri tertentu yang akan dipertahankan sebagai identitas sosial keagamaannya yang khas. Meskipun demikian, sudut pandang McLuhan perlu dipakai secara lebih teliti karena setiap media mempunyai spirit khas tertentu yang menentukan apa dan bagaimana konten medium. Teori McLuhan mengandaikan media bersifat bebas kepentingan (nir ideologi) dan tidak terikat nilai-nilai selain aturan publik. Media tidak dibentuk untuk suatu tujuan tertentu. Karena medium tidak memiliki tujuan apa pun, orang-orang menjadikan medium itu sebagai target, sebagai tujuan. Pandangan McLuhan ini berhadapan dengan argumentasi bahwa setiap medium yang dibuat telah menggendong suatu agenda tertentu. Segala hal yang diizinkan menempati medium adalah hal-hal yang selaras dengan agenda medium. Setiap institusi keagamaan menyimpan agenda tertentu dalam medium yang dilahirkannya. Salah satu di antara agenda

tersebut adalah memproduksi teks keagamaan yang sesuai dengan visi institusi keagamaan sebanyak mungkin, dan menghalau atau tidak memberikan tempat bagi munculnya teks keagamaan yang berlawanan dengan visi institusi.

Antara pemikiran-pemikiran keagamaan yang ada dalam setiap penganut agama yang terhubung dengan institusi tertentu memiliki kaitan dengan potret sosial penganut agama (fenomena religiusitas) yang ditampakkan dalam medium. Hal semacam ini terjadi dari skala negara sampai skala kelompok atau kaliber komunitas kecil, dari toik-topik yang sepele sampai topik-topik yang strategis. Sebut saja penggunaan istilah keagamaan, seperti *jihad*, *Perda syariat Islam*, *dien*, *kekhalifahan*, atau *rajam* telah dijadikan semacam realitas dalam medium-medium yang selalu mengisi arus utama perbincangan tentang "Islam".

Jihad telah dijadikan ikon khusus yang seolah mewakili wajah Islam secara keseluruhan. Jihad yang semula merupakan bagian dari bangunan agama telah digubah menjadi isu strategis tentang keislaman. Masalah-masalah yang bersifat periferi (*furu'iyah*), seperti fatwa haram merokok dan fatwa haram acara gosip-selebriti seolah mewakili kajian Islam secara menyeluruh. Masalah tersebut disebut periferi disebabkan dalam sudut pandang hukum Islam. Ketiga fatwa tersebut telah memiliki sejarah panjang perbedaan pendapat dan masing-masing memiliki argumen yang berakar kuat dalam teks keagamaan klasik. Namun, pada saat memasuki medium, ketiga topik tersebut justru menyihir publik dan berkembang bagai fenomena baru keagamaan, seolah-olah masalah dari sebagian pengetahuan agama sama dengan masalah dari keseluruhan pengetahuan agama. Salah satu penyakit dan bahaya yang paling utama dari penggunaan medium untuk menampilkan wajah sosial keagamaan adalah generalisasi.

Generalisasi merupakan strategi awal untuk mengisi benak masyarakat bahwa dalam agama telah terjadi semacam "pertikaian"

agama. Inilah langkah pembentukan *common people*/pengetahuan umum masyarakat tentang tema-tema agama. Cara tersebut dilakukan dengan jalan proses pengidentikan massal, *semblance*. *Semblance* merupakan proses ikonisasi (yang akan dibahas lebih dalam pada bagian III). Ada dua tipe pengidentikan massal, yaitu menggunakan simbolisasi benda dan menggunakan produksi pemikiran atau narasi.

Pertama, simbolisasi benda-benda yang dapat mewakili suatu agama. Misalnya, Islam dapat menggunakan simbol bulan sabit, Ka'bah, tasbih, pedang padang pasir, dan seterusnya. Kristen menggunakan simbol pucuk gereja, salib, lilin, merpati, dan seterusnya. Agama Buddha dan Hindu dapat menggunakan simbol siluet Vihara, stupa, arca, dan seterusnya. Setiap simbol yang dipakai akan dianggap telah mewakili kehadiran agama yang disimbolkan. Simbol telah menjadi jalan menciptakan identitas yang dengan mudah diterima oleh masyarakat dan dalam jangka waktu tertentu telah menjadi *common sense*—yaitu pengetahuan bersama tentang sesuatu yang umum terjadi—yang digunakan untuk menandakan adanya sebuah gejala sosial, tradisi, budaya, atau merujuk pada agama tertentu. Dalam skala lebih luas, pemakaian simbol yang berjubel-jubel dapat dilihat pada fenomena keagamaan di bulan Ramadhan, semua hal diidentikkan dengan tebaran baju koko, sorban, dan untaian tasbih. Tengok saja bahwa setiap menjelang dan selama Ramadhan, semua figur yang ada di medium-medium berusaha menampilkan kesan religius dengan cara berpakaian baju koko, mengenakan kopiah bagi kaum pria, atau bagi kaum wanita selalu berkerudung. Makanan-makanan pun mendadak bercorak khusus, seperti kurma dan kolak. Untaian tasbih dan ilustrasi kitab Al-Quran menjadi *backdrop, background,* atau latar setiap pesan medium. Simbol menggantikan kehadiran agama. Inilah proses penyerupaan antara agama dan simbol yang jika dilakukan dalam jangka waktu tertentu dan terus-menerus mengakibatkan munculnya pemahaman *common sense* masyarakat tentang simbol x

= agama, berjenggot = Islam, Islam fundamental = teroris, bersorban = mukmin, berkerudung = Muslimah. Celakanya, kesan keagamaan diciptakan tanpa perubahan perilaku keagamaan pelakunya (lihat fenomena Ramadhan). Seseorang yang selalu tampil dan terlihat menggunakan simbol-simbol Islam, seperti baju-baju Muslim yang khas atau menenteng tasbih ke mana-mana akan mendapat label "pemeluk agama yang taat". Semua orang kesulitan unuk mengurai mana agama dan mana propaganda visi institusi keagamaan karena pada titik tersebut agama dan propaganda menyatu erat. Dengan meminjam bahasa Yasraf Amir Piliang (2004: 39) dalam buku *Dunia Yang Dilipat*, "...kesemuan realitas yang mengepung dan melahirkan kedangkalan spiritualitas, telah menimbulkan kegamangan...." Ya, ketika agama dan propaganda telah menyatu dan sulit diklasifikasi, spiritualitas akan berangsur dangkal. Semua orang menjadi gamang, manakah yang agama dan manakah yang propaganda. Melalui proses ikonisasi, benda-benda, seperti *handphone* pun kini telah "beragama": *handphone* islami, *ringtone* islami, "undian" islami, bank islami, dan seterusnya.

Masyarakat tidak lagi mempersoalkan bagaimana si ikon (manusia yang dijadikan ikon) di medium tersebut menjalani hidup, memahami, dan memaknai agama. Proses ikonitas berhasil membuat generalisasi identifikasi masal. Lewat ikon dan simbol, suatu aliran keagamaan bisa ditandai kehadirannya. Kenyataan di masyarakat menunjukkan bahwa sejauh orang menggunakan ikon-ikon (teks, benda, dan simbol)—terutama mereka yang ada dalam medium—secara teratur, mereka diberi predikat agamawan dan publik figur yang religius. Kutipan *setting* layar di tanah Arab dan Timur Tengah untuk latar dalam karya sastra, film, sinetron, dan iklan pun dianggap telah memenuhi syarat religius, tak perlu dipedulikan isinya kontroversial atau tidak dengan ajaran agama. Narasi agama dinomor-duakan, yang diutamakan adalah penampilan tampakan agama dalam medium.

Kedua, pengidentikan massal melalui medium dilakukan melalui cara-cara produksi pemikiran dan narasi yang direproduksi secara khusus, konsisten, sambil terus-menerus memberikan gambaran mengenai (definisi) narasi agama sesuai pemahaman mereka. Cara ini akan membentuk pengetahuan masyarakat sebagaimana digambarkan dalam medium tersebut, muncullah suatu kesepakatan definisi yang tidak tertulis yang dipahami bersama oleh masyarakat. Misalnya, dalam hal mendefinisikan "teroris" identik dengan "Islam garis keras", pengidentikan massal telah menjadi definisi tak tertulis yang disepakati bersama. Padahal, siapakah yang mulai memberikan definisi semacam itu? Selain term jihad, masih banyak contoh lain yang telah mengalami proses pengidentikan massal, seperti definisi "emansipasi", "syariat Islam", "perkawinan", dan seterusnya. Ibu rumah tangga yang mendampingi suami dan konsentrasi mendidik anak akan berhadapan dengan definisi *common sense*: "emansipasi". Wanita-wanita Islam tiba-tiba berteriak tentang emansipasi dalam definisi yang dipahami secara *common sense.*

Kedua corak pengidentikan massal tersebut telah melahirkan apa yang disebut "realitas imagologi religius" yang pada gilirannya akan memengaruhi pemahaman keagamaan masyarakat umum di masa berikutnya. Bukankah masyarakat Muslim kini telah "alergi" dengan kata *jihad*, seruan *jihad* menjadi kehilangan makna sakral. Syarat sah perkawinan tidak dianggap sebagai syarat pokok terjadinya ijab-kabul, pengidentikan massal mengakibatkan definisi perkawinan yang diterima masyarakat ialah perkawinan yang dilangsungkan oleh penghulu dan mempunyai akta nikah. Tercapainya semua syarat sah dalam rukun ijab-kabul perkawinan hanya disebut "kawin siri" dan dianggap tidak resmi.

Penciptaan realitas imagologi religius dapat ditengok dari pemilihan perlokusi pada contoh-contoh produksi medium, semacam *Sabilli*, *Al-Futuwwah*, *Al-Fikr*, ijtihad, dan seterusnya. Setiap medium memiliki visi dan ciri khas yang menyimpan agenda masing-masing. Tidak

terkecuali medium-medium, seperti serial *Hidayah* (TPI, 2009), *Kiamat Sudah Dekat* (SCTV 2009), *Para Pencari Tuhan* (SCTV, 2010), dan seabreg sinetron setiap menjelang bulan puasa. Acara *talkshow* agama, dan format ceramah (*tausiah*) keliling yang diagendakan medium didesain untuk kepentingan medium. Medium-medium yang menjadi corong penyampaian pesan-pesan dan pemikiran religius untuk mempropagandakan suatu perspektif tertentu, baik dalam fenomena sosial maupun pandangan yang berkaitan dengan paham-paham keagamaan yang khas, yang mewakili institusi keagamaan tertentu, contohnya medium semacam itu antara lain, *Republika*, *Nuansa*, *Suara Muhammadiyah*, *Era Muslim.com*, *Harian Waspada*, dan deretan *Kompas*, *Suara Merdeka*, *Tempo*, *Suara Pembaharuan*, dan *Rakyat Merdeka*. Setiap medium memiliki sudut pandang khas dalam memandang fenomena sosial masyarakat, dalam memilih narasi maupun pesan-pesan yang disampaikan oleh tokoh/figur/aktor. Termasuk, di dalamnya berpuluh jenis jurnal-jurnal yang membawa suatu identitas tertentu karena fenomena serupa tidak hanya terjadi dalam dunia keagamaan, tetapi terjadi juga di dunia keilmuan dan pengetahuan.

Sains, dunia yang konon netral itu pun membuat kelompok eksklusif dan mendirikan medium sendiri-sendiri sesuai dengan komunitas yang memercayai (mempertahankan) suatu teori pengetahuan. Ekslusivitas itu juga berkaitan dengan pembidangan topik bahasan, dalih yang bernama "kualifikasi", dalih instrumen, dan seterusnya. Dalih-dalih semacam itu merupakan sarana menyaring narasi yang satu tujuan dengan visi institusi yang mendirikan medium. Di dunia internasional, contoh-contohnya antara lain komunitas Lingkaran Wina (yang salah satu anggotanya bernama Einstein), Mazhab Frankfurt, kelompok-kelompok ilmuwan genderian, dan ilmuwan yang pro-pengukuran dan lawannya (kualitatif vs kuantitatif), masing-masing memiliki perspektif yang khas dan definisi khusus yang disepakati anggota-anggotanya/pendukung definisi

tersebut. Salah satu tujuan pembentukan medium semacam itu ialah mempertahankan/menyampaikan pesan suatu metodologi yang sedang diperjuangkan atau dikukuhkan. Sebagai tandingan dari pesan-pesan yang serba-berbasis metodologi tertentu, lahirlah pemikir-pemikir yang melawan dalil-dalil di atas, misalnya Imre Lakatos, Thomas Samuel Kuhn, Karl Raimund Popper, dan Feyerabend—tokoh-tokoh dari pakar fisika yang melepaskan diri dari semua kungkungan metode-metode. Setiap kelompok membuat proses imagologi massal yang sesuai dengan arus utama pemikiran maisng-masing kelompok. Pertentangan di antara medium membuat narasi dialog wacana semakin subur. Media berdialektik tidak merasa benar dan mengajukan klaim-klaim tertentu, yang diajukan adalah argumen dan narasi yang menguatkan pendapat-pendapat masing-masing (*hujjah*). Dengan cara yang sama, dunia sains pun berdialektik. Argumentasi dan narasi dipakai untuk saling mementahkan tanpa kekerasan hingga sain terus berkembang. Semestinya, dunia institusi agama juga ikut terus berdialektik menjawab tentangan zaman, hingga agama berkembang, tetapi institusi agama hanya memproduksi teks dan narasi kemudian menjadikan narasi tersebut sebagai bentuk-bentuk final yang mewakili identitas institusinya sehingga penolakan dan menyerang narasi-narasi mereka dalam medium diartikan sama dengan menyerang institusi keagamaan. Bidang keagamaan belum menggiatkan proses dialektik sebagaimana sains meskipun sama-sama telah menggunakan narasi teks, membangun imagologi-imagologi dalam medium.

Amunisi imagologi adalah perlokusi (efek) yang terkadang bisa dikendalikan, tetapi tidak jarang perlokusi lepas seperti bola liar, tak terkendali atau membentuk suatu kecenderungan yang tidak terduga. Efek tampilan imagologi di masyarakat menghasilkan kecenderungan bahwa pemahaman religius tidak hanya didasarkan pada fatwa ulama, otoritas keagamaan, atau pembelajaran formal. Tampilan imagologi bidang politik, hukum, dan kenegaraan pun hanya didasarkan pada

fatwa para tokoh/figur yang lalu lalang dalam narasi teks, tidak didasarkan pada mempelajari kasus secara faktual, bukan virtual.

Realitas keagamaan berjalin kelindan sedemikian rupa dengan medium sebagai pintu pengetahuan. *Common sense* keagamaan menentukan suatu interpretasi makna agama. Demikian pula realitas politik yang dikemas dalam medium, pendapat para tokoh, dan narasi teks berita menentukan interpretasi *common sense*. Jadilah "politik citra" sebagai satu jurus ampuh yang efektif menggiring sikap politik masyarakat kepada citra yang diimagologikan. Jika *common sense* (pengetahuan umum masyarakat) menyatakan bahwa jihad merupakan hal yang melawan kemanusiaan, begitulah jihad diinterpretasikan. Berkat perlokusi, tidak sedikit kegiatan keagamaan yang digelar demi tercapainya *common sense*. Demokrasi yang dianggap publik sebagai satu-satunya model negara yang ideal, demikianlah masyarakat berusaha mengadopsi demokrasi sebagai satu-satunya model negara ideal. Jihad dan demokrasi perlahan kehilangan makna dirinya karena diartikan menjadi istilah yang simpel makna: demokrasi = adu jumlah suara, jihad = aksi kekerasan.

Fenomena pengajian Aa Gym, Zainudin M.Z., Jeffry Al-Bukhori, Yusuf Mansyur, sampai acara semacam Tour Yamaha Religi di TPI (produksi 2009) menunjukkan pola penyatuan religi dan propaganda, tontonan dan tuntunan disatukan tanpa sekat. Inilah segelintir contoh faktual dari analisis religi dalam medium. Religiusitas dalam bentuk imagologian dikemas sesuai kebutuhan dagang, bisnis. Kondisi semacam itu disebut "pseudoreligiusitas" (keagamaan yang semu), yaitu suatu aktivitas yang seolah-olah merupakan kegiatan agama, padahal belum tentu kegiatan agama. Atas nama modernitas menghanyutkan keagamaan ke dalam medium yang akhirnya membuat agama melampaui realitas dirinya sendiri, agama menjadi produk yang menciptakan perlokusi di masyarakat yang seluruh perilakunya

seolah-olah hendak merepresentasikan bentuk modernitas keagamaan, padahal tidak. Masyarakat mengonsumsi imagologi agama yang serba-virtual demi kebutuhan modernitas itu. Keadaan ini dinamakan *hyper-religious*. Sedangkan, di arena non-agama, keadaan semacam itu bernama *hypermodernity.*

Kondisi hipermodernitas dan hiper-religius menenggelamkan semua yang ada dalam realitas nyata di masyarakat. Semua fenomena tertelan oleh perubahan modernitas. Realitas agama—di tingkat praktik, bukan agama dalam konsep dan ajaran—kini tampil dalam bentuk realitas imagologi yang diproduksi secara kompleks. Agama perlahan diukur melalui pertanyaan: bagaimanakah medium menampilkannya? Lihatlah kenyataan bahwa masyarakat Barat memahami Islam berdasarkan realitas imagologian dari kata "jihad" yang diproduksi oleh medium-medium Barat dengan desain perlokusi tertentu. Masyarakat Barat bukan mengenali Islam melalui ajaran Islam. *Republika* (edisi selama Desember 2010) banyak menurunkan kisah-kisah perempuan Barat yang menjadi mualaf dan menunjukkan bagaimana pemahaman masyarakat umum Barat terhadap Islam. Ini merupakan contoh nyata tentang pengukuran agama yang didasarkan pada realitas yang ditampilkan oleh medium.

Kebenaran agama telah direduksi sebagai fenomena sosial yang diproduksi medium-medium, apa pun kata medium mengenai agama, demikianlah masyarakat memahaminya. Agama tidak lagi sekadar dimaknai tentang totalitas isi ajaran teks suci agama, bagaimana nilai praksisnya, semangat esoteris ajaran agama diproyeksikan para penganutnya, melainkan menitikberatkan pada bagaimana realitas imagologi agama menampakkannya. Inilah awal fenomena keagamaan yang baru: fenomena imagologi relijius.

A. Fenomena Keagamaan

Apa itu fenomena? Fenomena berasal dari kata *fenomen,* berarti sesuatu yang muncul dari kesadaran (Siswanto, 1998: 100). Fenomena agama merupakan cara pandang yang menunda pemahaman keagamaan tentang yang nyata dan yang tidak nyata dari suatu pengalaman keagamaan (Syamsudin, 2009: 10). Dalam imagologi keagamaan, pemahaman keagamaan yang tampak adalah yang berada di permukaan di medium-medium atau disebut realitas *surface religius* sebagaimana menjadi tren era sekarang ini. Era masa kini telah memperlihatkan pergeseran budaya cetak ke budaya digital, yang riil ke ruang virtual, suatu fase kemajuan teknologi yang sebelumnya tidak dibayangkan. Kini, mengirim satu set album foto dari Yogya ke Nagoya cukup dilakukan dalam hitungan menit, beratus buku dan kitab tafsir terangkum dalam satu batang *flashdisk*. Satu kegiatan keagamaan cukup disajikan dalam satu lembar teks. Dalam fenomenologi agama, shalat tarawih di Makkah dapat disaksikan langsung di tanah air, peringatan Nuzulul Qur'an di Istiqlal yang biasanya dihadiri Presiden dapat langsung disaksikan di gardu ronda pojok dusun. Idul Qurban, Natal, Hari Raya Nyepi, atau Se jit Kong Cu dikemas dalam tak lebih dari satu lembar narasi teks! Teknologi layar dan dentum modernitas membuat dunia mengalami pemadatan ruang sedemikian rupa sehingga perbedaan waktu seolah tertepis.

Tidak berhenti pada fenomena sosial, secara perlahan cara pandang pemaknaan terhadap keagamaan tergradasi seiring fenomena pemadatan ruang dan penyingkatan waktu itu. Fenomena keagamaan hadir dalam wajah baru, menggantikan wajah pengetahuan agama yang terbentuk oleh tiga pola. Pertama, pengetahuan agama dipengaruhi oleh kultur setempat, ditunjukkan dengan munculnya sikap-sikap toleran terhadap budaya lokal dan formalisme. Dimensionalitas agama berhasil membangun akulturasi budaya-agama, seperti tasawuf dengan

spirit mistisisme yang berkembang semasa persentuhan peradaban Islam dengan Persia, Suriah, dan Mesopotamia (sekitar 632 M). Sekitar tahun 700 M tradisi Islam bersentuhan dengan kebudayaan Hindus di Timur dan Algeirs di Eropa. Tahun selanjutnya, tradisi Islam semakin kompleks semenjak pertemuan tradisi dengan Spanyol dan sebagian Perancis (sekitar tahun 711 M) dan pertemuan dengan tradisi China di tahun 751 M. Hingga kini, corak tradisi dan nalar Islam di daerah-daerah tersebut berbeda satu sama lain serta berbeda pula dengan potret sosial keagamaan Islam di Indonesia saat ini. Bahkan, di Indonesia pun nalar dan tradisi Islam di suatu daerah berbeda-beda satu sama lain, sekadar contoh dapat dilihat pada fenomena Islam di sebagian Jawa dan Bali yang membaurkan acara tujuh bulanan, *khaul*, atau peringatan seribu hari kematian dengan kegiatan agama. Tidak hanya Islam, agama lain juga berproses dengan cara serupa. Contohnya, komunitas Kristen yang membangun Gereja Jawa beriring bahasa suara gendhing lengkap dan bahasa Jawa dalam ritual kebaktian. Atau, ritual Konghucu di daerah pesisiran yang akrab dengan *pagan* lokal. Pembauran menunjukkan sebuah cara memahat wajah religi pada suatu kelompok masyarakat. Namun, tetap ada usaha-usaha dari institusi keagamaan yang berusaha menghapus perbedaan nalar dan tradisi Islam dan menjadikan penghapusan ini sebagai visi utama dari praksis keagamaannya.

Kedua, masyarakat memiliki kecenderungan mengubah agama menjadi sebuah lembaga formal. Wajah agama diserahkan pada bagaimana otoritas, pemuka agama, memberikan corak, dan sentuhan "grafis". Pada titik ini, setiap perbedaan cara pandang otoritas memberikan impresi "grafis" berbeda bagi setiap wajah religiusitas. Beda mazhab beda pemaknaan. Setiap perbedaan cara pandang melahirkan suatu kelompok pemeluk (*firqah*). Perbedaan kelompok yang berpegang teguh pada mazhab tertentu adalah contoh dari bagian ini.

Ketiga, adanya masyarakat bebas yang menolak dominasi doktrin khusus secara ketat, aliran, dan mazhab sehingga paham religiusitas sedemikian cair, melahirkan dunia religi yang serba "plural". Semua serba-boleh dan serba-toleran. Wacana pluralitas mulai mendesak tafsir-tafsir keagamaan dan menjadi ciri dari praksis keagamaannya.

Keempat, imagologi religius yang pada masa kini telah membentuk suatu pemahaman keagamaan yang diikuti banyak orang.

Keempat pola tersebut menggambarkan realitas agama yang berbeda dalam bentuk formalnya, terutama dalam penentuan otoritas dan sikap kolektif para penganutnya sebagaimana tecermin pada sosialitas religius yang tampak berbeda-beda, namun substansi keagamaannya tetap sama. Contoh kasus tentang penolakan karikatur Nabi Muhammad yang terjadi serempak di Malaysia, Indonesia, Afganistan, dan negara lain. Secara tradisi, Islam di tempat-tempat tersebut berbeda satu sama lain, tetapi secara nalar substansial semua pemeluk menunjukkan sikap yang seragam. Bentuk tertentu peribadatan keagamaan di negara-negara tersebut berbeda satu sama lain, tetapi, toh semua langgam pemeluknya sama: menolak pengartunan Nabi.

Paham keagamaan kolektif di tingkat masyarakat bergantung pada bagaimana fenomenologi agama ditampakkan dalam realitas imagologian. Semakin banyak imagologi yang tersusun, direkonstruksi, dan menjadikan realitas agama semakin melampaui realitas agama yang sesungguhnya (*hyperealitas*). Kondisi semacam ini mematikan realitas, kenyataan, dan hal yang nyata menjadi kenyataan yang kabur melalui produksi berbagai macam model buatan (pencitraan, simulasi, imaji, dan imajinasi). Hiperealitas, menurut Piliang (2006: 19), dianggap lebih nyata dari realitas (agama). Imagologi telah dimaknai sebagai proses memproduksi imaji dan usaha pencitraan di masyarakat (bandingkan: Piliang, 2006: 20). Namun, makna imagologi lebih

luas dari sekadar citra sebagaimana dijelaskan di muka. Pada ranah keagamaan, proses terbentuknya imagologian bermula dari pertanyaan: bagaimana realitas agama yang riil dibentuk menjadi realitas yang hiperreligius dan menjadi fenomena-fenomena imagologi religius? Bagaimana imagologian mereduksi teks-teks keagamaan menjadi narasi teks yang ditampilkan oleh medium?

B. Imagologi

Banyak orang tidak mengerti arti dasar imagologi. Kosakata ini masih baru dan tergolong sangat baru di tanah air meskipun sudah sering dipakai oleh Piliang untuk menyebut "citra". Demikian pula Goenawan Muhammad beberapa kali memperkenalkan kosakata ini. Kedua tokoh ini menempatkan kosakata "imagologi" setara dengan "citra". Secara etimologis, imagologi merupakan gabungan dari dua suku kata *imago* atau imaji, imajinasi dan *logi*. Menurut Mahzar (2004: 2–3), *imago* ialah gambar, sedangkan *logi* berasal dari *logos* yang diartikan "kata". Karena menggabungkan sifat kata dalam gambar dan menyediakan gambar untuk menggantikan kata-kata, "imagologi" menjadi awal mula kemunculan simbol dan alfabet. Masalah ini akan dijelaskan lebih dalam genealogi imagologi secara rinci. Secara sederhana, imagologi diartikan sebagai paduan "kata" dan "gambar", yang keduanya berjalin sedemikian rupa membentuk narasi medium (teks).

Medium (media masa, elektronik, dan layar) merupakan produk dan prestasi sejarah, namun keberadaan media yang memuat gambar-kata fenomena keagamaan tidak dapat dianggap telah mampu mewakili pemaknaan wajah keagamaan secara utuh. Medium "gambar dan kata" hanya mungkin dalam hal menggambarkan pengalaman dunia yang dialami oleh seorang individu untuk dapat dimengerti oleh orang lain. Dengan menularkan pengetahuan satu manusia ke manusia lain, mentransmisikan pengalaman dari satu manusia kepada manusia

lain, baik tunggal maupun jamak, akhirnya membentuk pengetahuan bersama (*common sense*).

Sebuah pola transmisi pengetahuan dari satu orang ke orang lain yang dikemas dalam bentuk, seperti reportase, lembar-lembar teks dalam jurnal, atau tayangan realiti religius, "gagal" menyampaikan makna terdalam agama, namun produksi semacam itu masih tetap diproduksi terus-menerus. Proses produksi yang melimpah dan berlangsung terus-menerus berpotensi menimbulkan kesenjangan dan perbedaan kualitas, validitas pengetahuan, informasi, dan fenomena yang ditampakkan. Kesenjangan itu terjadi di antara pemahaman pembaca/penonton yang tidak mengalami kejadian secara langsung dan pengetahuan orang pertama (narasumber) yang terlibat secara langsung dalam suatu kejadian. Selain itu, pemahaman yang disampaikan oleh orang pertama merupakan hasil penyaringan, pilihan bahasa yang bertujuan untuk mendeskripsikan suatu realitas, dan pengalaman yang dialami. Seorang yang melihat kejadian kecelakaan kereta merupakan orang pertama, ketika orang pertama menyusun cerita untuk mendeskripsikan apa yang dialami terjadi penyaringan dan seleksi informasi. Isi cerita dicerap oleh orang kedua/orang lain yang kemudian dijadikan sumber informasi/pengetahuan baginya. Proses semacam itu tidak hanya berkaitan dengan suatu kejadian, juga berlaku dalam hal pengetahuan tentang suatu hal. Imagologian yang menyusun teks-teks dalam medium merupakan orang kedua yang juga melakukan proses seleksi dan penyaringan kata-kata untuk suatu alasan tertentu. Apa yang disampaikan oleh orang kedua dalam medium akan menjadi sumber pengetahuan bagi orang-orang secara massal.

Dalam bidang pemikiran, misalnya, demi alasan propaganda memopulerkan/memasyarakatkan suatu pandangan pemikiran keagamaan juga memunculkan kesenjangan teks antara pengguna/ pemilik wacana dan konsumen/pembaca. Propaganda tersebut juga

merupakan bagian dari kegiatan membangun imagologi tentang fenomena keagamaan yang dilangsungkan dalam medium. Medium menggunakan dua komponen utama, yakni gambar dan kata. Maka, jadilah "gambar dan kata" sebagai sarana penyebar utama pemaknaan-pemaknaan pemikiran teks agama.

Produksi imagologi dalam skala masif melibatkan pembenaran dalam hal penggunaan simbol keagamaan. Kontroversi teologis "baik dan buruk" disajikan lewat simbol-simbol menjadikan pertentangan keduanya bersifat absurd. Di sinilah fenomenologi agama, sebagai metode, menunjukkan peranannya dengan cara sikap menahan diri untuk tidak segera menjatuhkan penilaian tentang pengalaman keagamaan yang berasal dari sajian simbol-simbol. Sajian simbol tidak hanya merujuk pada sebuah goresan atau gambar yang menandakan sesuatu hal. Perilaku yang dibuat oleh aktor/figur dalam medium merupakan struktur simbol non-gambar, non-alafabet. Misalnya, menggunakan kekayaan negara untuk ditumpuk sebagai kekayaan pribadi (korupsi) sembari menyisihkan sedikit hasil korupsi tersebut untuk kegiatan sosial keagamaan, membangun masjid. Tindakan berderma dalam kegiatan sosial dan membangun masjid merupakan simbol-simbol yang menunjukkan adanya sifat dermawan dan agamis. Orang yang rajin berderma dan agamis sudah pasti tidak akan menjadi koruptor. Tujuan berderma dan tampil agamis dibuat dalam rangka menyembunyikan realitas korupsi yang dilakukannya. Agama menjadi kedok bagi kegiatan curang korupsi. Inilah kontroversi antara "pendusta agama" (koruptor) dengan kedermawanan sosial. Penilaian masyarakat banyak yang mengacu pada informasi *common sense* akan tergantung pada imagologi yang dipakai menerangkan fenomena tersebut. Jika *common sense*-nya diarahkan untuk tidak mempersoalkan penggunaan agama sebagai topeng penutup tindakan koruptif, masyarakat tidak akan mempersoalkannya pula meskipun secara individual setiap orang mempertanyakan kejadian itu. Apabila

narasi yang disusun dalam medium tidak mempersoalkan kejadian semacam itu, kontroversi di atas diberi nilai sebagai hal yang baik. Sebaliknya, jika mempersoalkan hal semacam itu sebagai perkara yang jelek, orang-orang akan memberikan nilai jelek pula. Penilaian masyarakat bergantung pada bagaimana medium memberikan nilai. Hal ini terjadi karena medium telah dianggap sebagai "alat ukur" keberhasilan/modernitas dan penerimaan publik. Tidak ditentang di medium berarti diterima publik. Pengukuran kebaikan dilekatkan pada hal-hal yang ditampakkan (didemonstrasi), sedangkan hal-hal yang tidak ditampakkan (*monstrasi*) tidak dipertimbangkan.

Agama sering dinilai dari realitas yang tampak luar, yang dalam proses imagologi dibuat dalam bentuk teks-teks sehingga perilaku keagamaan selalu diukur pada simbol yang mewakili realitas yang ditampakkan. Seorang filantropis, ahli berderma, yang terus-menerus menyimbolkan kedermawanannya, tak jadi soal apa yang diusahakan oleh si dermawan itu bertentangan dengan nilai terdalam teks agama. Penilaian dilekatkan pada simbol yang dipakai orang-orang untuk menampilkan realitas luar yang dipertontonkan. Kenyataan semacam ini dapat dijumpai setiap menjelang hajat politik (pemilu). Pengukuran ketaatan beragama didasarkan pada realitas imagologian yang tampil di permukaan. Potret sosial keagamaan, dengan sendirinya melampaui kenyataan azali teks agama. Mengatasi gejala semacam itu, dibutuhkan lebih dari sekadar fenomenologi agama untuk memahaminya, perlu alat untuk memahami penampakan-penampakan yang dilahirkan oleh imagologian di ranah agama ataupun di ranah sosial politik. Oleh karena itu, diperlukan sebuah ilmu yang membongkar mekanisme pembentukan teks, perlokusi, citra, dan trik-trik imagologian, ilmu itu adalah ilmu imagologi.

ooo0ooo

BAGIAN II

Mengenal Teks Dalam Studi Fenomena Sosial Keagamaan

Teks tidak dapat dilepaskan dari gerak pembentukan realitas di masyarakat. Setiap kenyataan yang ada di mayarakat, baik berupa gejala sosial, gejala keagamaan, maupun gejala politik disusun melalui teks-teks. Teks yang tersusun memberikan informasi bagi orang lain sekaligus menjadi semacam alat rekam dari kegiatan tersebut. Melalui teks, suatu kejadian dapat dikisahkan ulang, suatu gejala dapat dideskripsikan dan dijelaskan. Setiap pemahaman yang lahir dari teks-teks tersebut akan melahirkan pula sikap-sikap dan respons-respons baru di masyarakat, itulah yang dinamakan teks membentuk realitas/kenyataan baru di masyarakat. Sebaliknya, teks itu pun terbentuk akibat adanya realitas/kenyataan yang ada di sekeliling manusia yang dipahami manusia dan dikonstruksi menjadi teks. Proses konstruksi menyebabkan adanya reduksi karena tidak semua realitas/kenyataan itu dapat diwakili oleh kata-kata teks, gambar, simbol, dan suara. Kenyataan adalah kenayataan yang tidak dapat seratus persen digubah menjadi teks. Setiap teks yang dibuat untuk mengonstruksi

suatu kenyataan akan menjadi kenyataan baru, demikianlah teks menyebabkan perantingan pengetahuan dan menimbulkan kenyataan-kenyataan baru. Misalnya, momen peresmian gedung X, disaksikan oleh si A dan B. Momen itu dikisahkan oleh A. Maka, menjadi teks peresmian gedung X versi A, ada juga versi B. Setiap versi menjadi kenyataan tersendiri, dan jika versi A didengar oleh G dan H, keduanya akan mendapati kenyataan baru yang berbeda dengan apa yang disaksikan A dan B, demikian seterusnya.

Praktik semacam ini sangat banyak bermunculan di dalam dunia medium, misalnya dalam bidang religius yang selalu memperdengarkan teks dari figur Y. Apa yang disampaikan oleh figur Y akan membentuk suatu pemahaman tersendiri yang dianut oleh sebagian masyarakat sebab teks dari Y telah dianggap sebagai kebenaran. Figur Y melalui proses imagologi di medium membentuk realitas imagologi religius yang menciptakan sosialitas komunal keagamaan tertentu. Demikian pula dalam kejadian sosial politik, sikap figur X tentang kasus Century akan diadopsi orang dan dianggap sebagai kebenaran, muncul opini masyarakat yang sehaluan degan teks figur X. Komunitas inilah yang membentuk realitas baru tentang kasus Century. Realitas imagologi yang disusun oleh tayangan infotainment "Silet" di RCTI (produksi 2010) tentang letusan Gunung Merapi yang akan terjadi ulang pada hari X berhasil menciptakan "realitas baru" tentang kemungkinan letusan tersebut. Masyarakat bereaksi dan publik setempat panik akibat realitas imagologi yang dikemas oleh "Silet".

Imagologi dapat menyentuh semua sisi kehidupan. Di bidang kehidupan agama, imagologi merupakan arena yang paling banyak menampilkan proses dialektika teks akibat perlokusi teks-teks yang dibentuk setiap penggal peradaban memiliki tipikal dan tujuan tersendiri yang khas. Setiap zaman membawa teks yang sejalan dengan semangat zaman saat itu, nuansa politik kekuatan nalar, dan

kekuataan tradisi saat teks diuntai. Periode berikutnya akan melahirkan upaya-upaya untuk merekonstruksi pemahaman di episode sejarah sebelumnya, proses ini berlangsung terus-menerus tiada henti. Realitas azali agama boleh saja bersifat final, tetapi realitas teks keagamaan selalu baru, tiada pernah mengenal kata *final*.

Rekonstruksi realitas dunia Muslim dari definisi masa klasik ke masa kontemporer sudah dilakukan setidaknya oleh beberapa mujahid seperti Al-Jabiri (2003) melalui *Proyek Kritik Nalar Arab* dan *Kritik Pemikiran Islam*. Jabiri mengawali rekontsruksi dengan pertanyaan "Apa itu tradisi (*turats*)?" dari sini Jabiri memandang bahwa sosialitas keagamaan berhubungan erat dengan bagaimana tradisi membentuk definisi. Tradisi dimaksud bukanlah sama dengan budaya atau pernik kebudayaan.

M. Arkoun (1986), melalui karya *Kritik Nalar Islam,* telah masuk lebih mendalam dengan mengonstruksi sistem-sistem pembangun definisi yang bersumber dari struktur berpikir masyarakat (*common sense*). Jejak serupa dilakukan oleh Essack dalam karya *Hermeneutika Pembebasan*, Hasan Hanafi lewat *Kiri Islam.* Masing-masing melancarkan alternatif cara pandang baru pemikiran (perubahan definisi). Intinya, mereka memandang ada persoalan dalam paradigma lama Islam yang harus membuka diri terhadap fenomena baru. Essack, Hanafi, Jabiri, dan Arkoun menyadari ada persoalan antara teks agama (yang berakar pada masa lalu) dan narasi sosial keagamaan kontemporer. Kini, tantangan serupa berulang pula, persoalan teks agama yang berakar pada masa lalu berhadapan dengan narasi sosial keagamaan kontemporer dan adanya realitas baru dari dunia virtual, yakni realitas yang dibentuk oleh imagologian dalam medium-medium. Cara pandang dan pembentukan definisi keagamaan harus mengalami dialektika untuk menjawab persoalan tersebut. Cara pandang dan pembentukan definisi bukan berarti mendatangkan cara-cara baru

agama, bukan mendatangkan makna tradisi baru agama. Agama merupakan bentuk final yang sudah purna semenjak Nabi-nabi suci itu tutup usia, Islam merupakan bentuk final sesudah Muhammad Saw. menutup mata. Akan tetapi, generasi Khulafaur Rasyidin membentuk dialektika teks keagamaan dengan cara pandang dan definisi baru untuk menjawab problem dan fenomena sosial saat itu, demikian pula generasi sahabat, *tobi'in*, hingga generasi *warosatul anbiya* (pewaris ajaran Nabi) sampai kontemporer Al-Jabiri dan hari ini serta akan berlanjut pada masa berikutnya, era virtual yang penuh teks-teks imagologian, zaman imagologi religiusitas.

Persoalan sosial keagamaan cukup pelik, bersatu dengan tradisi yang jauh berakar ke belakang ditambah perjumpaan kebudayaan lain. Memandang potret sosial keagamaan dari perspektif keindonesiaan telah banyak dikaji melalui pendekatan berdasar kacamata antropologis, seperti Clifort Geertz (1976) dalam buku *Religion of Java,* termasuk Franz Magnis (1981) dalam *Etika Jawa*. Dua pakar ini meneliti realitas sosial Islam dalam suatu konteks tertentu dengan narasi dan pilihan teks tertentu pula. Hasil penelitian Geertz dan Magnis menjadi realitas baru yang menampilkan wajah sosial keagamaan Islam-Jawa yang di kemudian hari diikuti secara terus-menerus oleh para pembenarnya, oleh sarjana antropologi dan peminat kajian sosiologi agama. Sosialitas keagamaan yang direkam Geertz dan Magnis menunjukkan adanya asimilasi budaya dan bagaimana fenomena keagamaan terbentuk di suatu masa lalu berjalan hingga kini, proses penyatuan tradisi keagamaan dan tradisi kebudayaan. Ujung pendekatan model antropologian ini, dari sudut pandang fenomenologi agama, kurang memuaskan karena hanya membuat kategori berupa pembagian masyarakat beragama berdasarkan suatu segi tertentu, suatu proses asimilasi tertentu. Akan tetapi, dari sisi pembentukan identifikasi, metode ini sangat efektif dan mampu memberikan pandangan dan definisi baru dan tentang keagamaan secara tajam dan akurat.

Pengelompokan determenisme "abangan", "santri", Islam Jawa, dan Islam Arab adalah contohnya. Pengelompokan ini memudahkan proses pemindahan dari fenomena agama kepada fenomena teks, dan memudahkan identifikasi bagi imagologian. Setiap determinan tersebut di atas memiliki ciri tertentu, visi, dan cara pandang tertentu yang khas dengan keyakinan dan pemahaman keagamaan mereka. Komunitas santri ditandai dengan simbol-simbol keagamaan tertentu, demikian pula komunitas Islam Jawa dan Islam Arab, semua komunitas menampilkan kekhasan simbolik. Penjelasan yang berbeda dibuat oleh Kuntowijoyo (1998) dalam buku *Paradigma Islam* atau Abdul Munir Mulkan (2003) *Neo-Sufisme, Strategi Sufistik Semar.* Dalam buku-buku itu, Kuntowijoyo dan Mulkan telah mengambil sikap menunda kesimpulan menilai agama (sikap ini dikenal dengan nama fenomenologi agama) yang dianut oleh masyarakat yang sedang diamatinya. Metode tersebut tidak melahirkan pengelompokan sosial keagamaan, tetapi menandaskan cara menunda penilaian *(epoche)* sebagai jalan terbaik untuk memberikan penilaian (justifikasi) pada fenomena keagamaan yang ditampilkan oleh kelompok-kelompok manusia. Hal yang tampak dari ritus peribadatan dan praktik keagamaan belum tentu mencerminkan realitas terdalam agama yang tersembunyi dalam relung ajaran originalnya. Literatur terbaru adalah karya Mujiburrahman (2009) yang menulis *Mengindonesiakan Islam,* sebuah buku yang mendekati Islam dari kacamata sosiologis-fenomenologi agama di Indonesia. Karya Mujiburrahman sanggup memperlihatkan betapa menumpuknya problematika keagamaan di Indonesia yang semuanya "bersitegang" dari narasi ke narasi keagamaan di medium. Ketegangan agama dimulai di medium oleh medium dan berujung aksi fisik. Mujiburrahman menunjukkan problem krusial keagamaan dari persoalan-persoalan teks.

Sebagian ilmuwan sosial dari negeri manca juga telah melakukan penelitian tentang fenomena agama di Indonesia, seperti Robert

W. Hefner (1997) dan Kenneth M. George (1998) yang menelisik penyatuan keragaman Islam. John R. Bowen (2001) menyoal keterlibatan agama di ruang publik, dengan cara mengkaji sebuah fenomena tentang penerapan hukum Islam. Cara serupa juga dilakukan dalam penelitian Martin Van Bruinessen. Penelitian Hefner secara spesifik menghadirkan data keagamaan di media dan warna keagamaan dalam lembaga media (internal), seperti institusi *Republika* yang didukung ICMI yang kemudian berseberangan dengan *Salafy* yang ditopang Dewan Dakwah (Hefner, 1997: 77–103). Inilah fakta tentang institusi keagamaan yang memilih membentuk medium untuk memperjuangkan visi institusinya. Beberapa nama peneliti lain masih bisa disebut, seperti Eickelman dan Jon Anderson (2003) dalam laporan bertajuk "New Media in Muslim World".

Empat peneliti di atas telah memasuki persoalan keagamaan dari sudut pandang teks keagamaan. Ada persoalan besar dari studi semacam ini, yaitu memandang teks keagamaan seolah-olah telah mewakili realitas asli agama. Dari sudut pandang ilmu imagologi, dua hal itu harus dipisahkan: antara realitas teks tentang fenomena keagamaan dan nilai intrinsik agama. Hal pertama lebih berhubungan dengan praktis keagamaan di mata penganut yang ditampakkan dalam medium. Hal kedua merupakan sisi esoterik dan sisi terdalam semangat keagamaan yang tidak terbatas pada praktik seorang pemeluk. Oleh karena itu, pentinglah posisi ilmu imagologi guna memindai (*scaning*) teks-teks keagamaan untuk membongkar mekanisme yang ada di dalamnya.

Kajian John R. Bowen yang mengetengahkan keterlibatan agama di ruang publik menandakan reprosikalitas agama dan medium. Apabila medium dianggap sebagai ruang publik yang steril, nir kepentingan seperti dikemukakan Jurgen Habermas (1929), kenyataan ideal itu tiada pernah ada di dunia nyata. Setiap medium dilahirkan oleh kelompok. Kelompok itu berusaha mempertahankan dirinya

dengan memelihara kepentingan dirinya minimal kepentingan kapital yang mendanai kelangsungan hidup medium. Medium harus menjaga sumber-sumber kapitalnya. Dengan demikian, medium merupakan bagian dari kepentingan survival (strategi bertahan hidup). Dari segi tradisi, agama pun merupakan strategi bertahan hidup sebab agama merupakan pusat pembentukan komunitas, identitas sosial, identitas diri, penunjuk eksistensi, dan seterusnya. Agama yang bermain di dalam medium merupakan keniscayaan teknologi, bukan persoalan dogmatis dan persoalan politik.

Mujiburrahman (2008: vii–xvii) merepresentasikan sudut pandang ideologi terhadap pemahaman Islam Indonesia melalui perbandingan Islam di dalam dan luar negeri, baik sisi positif ataupun bagian hitam potret sosial keagamaan. Data yang dibandingkan adalah data teks dari Indonesia dan negeri manca, ini sebuah jalan bagi perbandingan teks keagamaan yang perlu dilakukan sebagai bagian studi integral dari fenomena masyarakat religius. Agama tidak senantiasa menampilkan wajah yang positif di suatu region, pada saat tertentu di tangan para pemeluknya agama menjadi terlihat negatif atau kelam. Regionitas juga menjadi instrumen pengubah potret sosial keagamaan. Idul Qurban di Indonesia dan di Belanda tentu saja sangat berbeda dilihat dari sudut fenomena sosialnya. Tidak diperkenankan seekor hewan kurban disembelih di halaman rumah. Nilai esoterik Idul Qurban di dua negara tersebut sama, tetapi fenomena sosialnya sangat berbeda. Region menjadikan perbedaan penampakkan wajah sosial keagamaan.

Fenomena keagamaan di tanah air layak mendapat perhatian dan menarik untuk diamati demi perkembangan komunikasi agama. Tujuannya agar agama tidak menjadi ancaman konflik bagi sesama pemeluk agama, tetapi justru memberikan peneduh dan menumbuhkan sikap komunikatif pemahaman antar-agama. Antara teks dan fenomena keagamaan tidak saling memangsa.

Teks mengandung dua pengertian. Pertama, teks agama yang berisi fatwa atau ajaran agama dan disampaikan di ruang publik melalui medium, baik dalam bentuk narasi, gambar, maupun tayangan visual. Kedua teks dalam arti totalitas agama secara utuh yang dipahami oleh pemeluknya. Fenomena agama merupakan realitas atau tampilan para pemeluk agama dalam mengekspresikan, melaksanakan ajaran agama yang dipahaminya. Jadi, praktik dan tindakan para pemeluk agama tidak berarti sama dengan totalitas agama, dua hal berbeda yang kerap disatukan dalam pandangan medium.

ooo0ooo

BAGIAN III

Realitas Imagologi

Armahedi Mahzar (2004: 2–3) telah memperkenalkan penggunaan kata *imagologi*. Namun, pemakaian kata *imagologi* yang disampaikan Mahzar digunakan untuk mengantar ke arah filsafat integralistik yang bertujuan membangun konstruksi baru paradigma keilmuan (sains). Tindakan tersebut merupakan terobosan menarik sebab paradigma keilmuan juga mengalami gejala sosial yang sama di tingkat praksis ataupun di tingkat landasan berpikir para penganutnya—meskipun ketegorisasi paradigma keilmuan ditolak oleh Karl Raymund Popper dan Hans Albert, tokoh-tokoh yang dianggap bagian positivisme. Komunitas keilmuan yang membangun adanya pengelompokan itu dikenal sebagai Mazhab Frankurt. Di tingkat riil, apa yang dicermati komunitas Mazhab Frankurt tampaknya menggejala cukup kuat. Masing-masing komunitas membangun dunia imagologi untuk menunjung definisi dan kategori yang mereka bangun, dunia sains tidak lepas dari imagologisme.

Pemakaian kata *imagologi* yang berkaitan dengan media massa telah dilakukan oleh Mark C. Taylor dan Esa Saarinen dalam khazanah *Imagologies* sebagai “sifat filsafat media” (Taylor dan Saarinen, 1994). Bidang yang digarap Mark dan Esa bukanlah mekanisme teks, melainkan budaya populer dalam media. Imagologi dan citra dalam pandangan Taylor-Saarinen merupakan hal yang identik. Berkaitan dengan filsafat media (*media philosophy*), Marshal McLuhan dan Jacquas Ellul mengupas masalah filsafat media dalam karya *Master of Implotion.* Tulisan ini mengetengahkan objek formal filsafat media dalam pusaran perubahan budaya teknologi, sedangkan fenomena dunia *cyber* dijadikan objek materialnya. Barangkali, Jean Francois Lyotard (1924–1998) dan Jean Baudliard (1929–2007), dua ilmuwan sosial kontemporer Prancis inilah yang memperkenalkan kata *imagologi* yang kemudian diartikan “citra” dalam budaya popular. Jacques Lacan (1901–1981) juga mengenalkan imagologi sebagai model dari teori pencitraan melalui simulasi yang sejalan dengan pemahaman dunia postrukturalistik dan realitas teknosistem global saat ini. Fenomena masyarakat semakin akrab dengan simulasi (*cyber*). Masyarakat berinteraksi dengan media dan tidak dapat melepaskan dari hubungan pengaruh-memengaruhi dari jaringan teknologi global dan menimbulkan satu gejala baru, yakni memandang segala hal secara digital/instan/*cyber*. Maka, terjadilah dekonstruksi secara besar-besaran dalam memahami kenyataan atau pemahaman segala hal, sosial politik, sampai pemahaman keagamaan.

Satu sisi gairah dekonstruksi di bidang keagamaan sebagaimana dipelopori Al-Jabiri (1935) dalam buku *Kritik Pemikiran Islam* (judul asli, *Arab-Islamic Philosophy, A Contemporary Critique)* berkaitan dengan kritik terhadap paradigma mapan masyarakat agamis agar semakin dapat berinteraksi dengan fenomena modernitas secara efektif dan tidak terkotak-kotak. Hal itu dianggap sebagai pesan dan daya dorong yang bertujuan mengubah norma pemikiran keagamaan.

Inilah apresiasi perlawanan, dengan cara pembacaan ulang pada tradisi keagamaan (Jabiri, 2003: xxxviii). Pembacaan ulang paradigma agama itu dilakukan untuk memecah stigma—stigma merupakan produk akhir dari kristalisasi perlokusi—yang bermula dari citra lama wajah agama yang telah terrekonstruksi secara historis-politis. Stigma, citra, dan paradigma lama itu telah membentuk teks-teks agama yang sengaja disajikan oleh imagologian dalam medium dengan tujuan agar masyarakat dunia hanya memahami agama (Islam) lewat stigma, citra, dan paradigma yang dikembangkannya itu. Pemahaman masyarakat tidak mampu menembus dan mencari realitas asli agama Islam yang lebih autentik karena berkembangnya stigma tentang wajah Islam di dalam teks media. Ketidakmampuan itu disebabkan pengaruh budaya instan/digital dan *cyber*, dengan berbagai dalih masyarakat cenderung menghindari interaksi langsung dengan teks ajaran agama. Salah satu dalih yang biasa dipakai antara lain keterbatasan waktu, tuntutan produktivitas, alasan efektivitas, alasan waktu luang, dan seterusnya. Nilai keagamaan yang original selama ini dianggap sebagai hal yang skaral, *fully transendent*, dan tidak terpengaruh oleh realitas-realitas sehingga dianggap tidak mampu merespons fenomena aktual dalam konteks kekinian, yang ada hanya teks untuk hari esok (akhirat) dan perbuatan yang telah lalu (dosa).

Dalam kerangka imagologi, teks ternyata diperlakukan dan dianggap tidak sakral penggunaannya tergantung pada kebutuhan imagologian yang selalu menyesuaikan konteks. Persesuaian antara teks keagamaan dan konteks kekinian memunculkan gagasan konstekstualisasi agama, yaitu agama berusaha menjawab persoalan masa kini. Gagasan ini seolah hendak menyatakan bahwa pada masa sebelum muncul gagasan itu, agama tidak dapat merespons kenyataan kini. Agama hanya berkutat dalam teks-teks dan tafsir para mufasir. Agama hanya berpusat pada teks dan multitafsir teks. Agama terbang melangit meninggalkan realitas kemiskinan pemeluknya, moneter, ancaman

deforestasi, dan masalah hak asasi manusia. Memang, agama, terutama Islam, sedikit banyak telah ikut berbicara mengenai isu-isu kekinian, seperti korupsi, kerusakan lingkungan, dan pengayaan rekayasa biologis, tetapi hanya sebatas memberikan justifikasi "halal-haram" saja. Ketika modernitas memaksa agama ikut membangun jejaring dunia imagologi dalam jagat layar, menyebabkan agama berkecimpung masuk ruang publik tanpa persiapan matang. Prematur.

A. Realitas Imagologi

Apa itu imagologi? Untuk memberikan definisi imagologi secara akurat dan mendudukkan kata *imagologi* pada porsinya secara tepat, perlu merunut jejaknya dalam sejarah pemikiran (filsafat) yang membahas topik imaji dan imajinasi, seperti pemikiran Ibnu Arabi, Thomas Aquinas, dan filsuf generasi awal yang mengajukan gagasan pikiran tentang "imajinasi". Imagologi bukanlah kata, istilah, atau terminologi baru. Imagologi sejatinya telah dikenal sejak masa Aristoteles, hanya tidak pernah dikaji strukturnya secara mandiri-mendalam.

Imagologi mulai menarik dan mencolol kehadirannya ketika praktik penerapan imagalogi dipakai secara tidak sadar oleh agama yang sifatnya dualmatra (manusia dan Tuhan). Realitas imagologi di bidang keagamaan itu berkonsekuensi menggubah realitas teks wahyu menjadi *pseudoreligious* dan bersifat *hyperreligious.* Ketika realitas imagologi agama diproduksi dalam skala besar kemudian ditransmisikan secara terus-menerus, berimplikasi pada ledakan makna komunal keagamaan yang baru. Hal yang ditayangkan oleh medium, apa yang diproduksi oleh imagologian tentang tema keagamaan mendatangkan komunitas baru, menciptakan realitas keagamaan yang baru.

Akibat ledakan itu, masyarakat menganggap bahwa isi kandungan, simbol yang dipakai oleh imagologi keagamaan untuk menampakkan realitas sosial keagamaan yang riil, merupakan tampakan yang asli,

dianggap manifestasi keagamaan yang sesungguhnya. Padahal, imagologi keagamaan adalah sebuah bentukan, duplikasi, dan produksi teks keagamaan oleh medium. Inti ajaran agama yang direpresentasi melalui simbol-simbol, gambar, narasi, dan ikon dalam jagat imagologi tidak lagi gampang dipahami. Penilaian dilakukan sejauh berkaitan dengan simbol, ikon, teks, dan narasi yang dipakai untuk merepresentasi, bukan mencari makna apa yang direpresentasi.

Ledakan atau megaproduksi imagologi dilakukan lewat simbol-simbol yang semestinya diproduksi secara terbatas. Simbol yang terbatas berfungsi agar pemahaman literer masyarakat tentang simbol dan agama tidak membawa kepada pemaknaan yang melampui teks wahyu. Pemahaman tentang syariat Islam, misalnya, telah dipahami secara stigmatik sebagai "potong tangan", "rajam", "cambuk", dan simbol-simbol fundamentalisme lain yang selalu diidentikkan dengan istilah *syariat Islam*. Medium menyampaikan makna syariat Islam dengan pemahaman simbol seperti itu. Padahal, teks wahyu memberikan pengertian bahwa syariat Islam adalah hukum berdasarkan ajaran agama Islam yang tetap mengedepankan prinsip-prinsip pembelaan, penuntutan, alasan, keterangan, dan *hujah*. Sebuah hukum yang bermartabat dan meninggikan hak kemanusiaan.

Masyarakat umum menilai kebenaran agama berdasarkan apa yang disampaikan oleh medium. Dalam penilaian ini, ada dua cara yang biasa dipakai manusia umum itu. Cara pertama: manusia melakukan penilaian setelah mengalami (pengalaman langsung) suatu hal. Cara kedua: melalui pengalaman tidak langsung, misalnya melalui teks/narasi (membaca berita/jurnal/melihat televisi) atau menyaksikan pernyataan dari orang lain. Kedua cara ini absah sebagai sumber pengetahuan dan memiliki keunggulan masing-masing. Demikian pula untuk melihat kebenaran agama, dilakukan dengan dua jalan: terlibat langsung atau tidak langsung. Sekarang ini, pengalaman

tidak langsung lebih dominan daripada yang langsung, selanjutnya mengemuka pertanyaan "Apakah sikap semacam itu bisa dibenarkan dalam menilai agama?" Untuk menilai agama, setidaknya diperlukan langkah-langkah yang dapat dilakukan, yakni sikap tidak menghakimi atau menunda penilaian. Secara sederhana, sikap ini dapat disebut sikap fenomenologis.

B. Fenomenologi dan Fenomenologi Agama

Mengenai istilah *fenomenologi*, ada beberapa pemikir yang meletakkan dasar-dasar sikap antara lain Edmund Husserl (1859–1938) dan Max Scheler (1874–1928). Dengan melihat nama-nama peletak dasar ini, kita pun perlu mengajukan penundaan penilaian lebih dahulu: nama-nama ini bukan tokoh Islam atau tokoh agamis, jadi tidak pas untuk diterapkan di bidang agama. Jauh sebelumnya, GWF Hegel dalam buku *Phenomelogy of the Spirit* (1807) memakai istilah *fenomena* saat menolak pemikiran Immanuel Kant tentang pemisahan antara *Phenomena* (apa yang tampak) dan *noumena* (hal yang tampak). Seabad sebelum Hegel, pemikir Swiss-Jerman, Johan Heindrich Lambert, menggunakan kata *fenomenologi* untuk kali pertama. Fenomenologi adalah ilmu (*logos*) untuk memahami apa yang tampak (*phainomenon*).

Fenomena (*phenomena*) menurut Husserl adalah suatu kenyataan (realitas) yang tampak. Husserl menjelaskan bahwa tidak ada selubung atau tirai yang memisahkan manusia dari kenyataan karena realitas tampak bagi manusia (Bertens, 2002: 109–111). Agama merupakan sesuatu yang tampak bagi manusia, suatu realitas, suatu kenyataan, namun penampakan agama di mata para penganutnya belum tentu sama. Fenomena tidak hanya sebatas memerhatikan penampakan objek-objek yang muncul dalam suatu kenyataan. Fenomena berarti mencari jawab atas pertanyaan bagaimana menangkap gejala-gejala atau

penampakan objek yang tampak dalam kesadaran agar bisa menggapai esensi murni (*Eidos*) melalui jalan penyaringan, pengurungan yang disebut *epoche* (Siswanto,1998: 100–101). Penyaringan itu merupakan sikap menunda justifikasi sampai dengan dapat dipahaminya suatu kenyataan secara jernih. Agama merupakan fenomena, yang penampakannya tidak hanya sebatas pada apa yang terlihat saja. Penampakan agama yang ditangkap tidak terbatas pada melihat ekspresi para pemeluknya. Ketika melihat agama Islam, bukan hanya memerhatikan tindakan ritual seseorang yang shalat di masjid, tetapi bagaimana menangkap gejala-gejala yang dialami oleh para penganut ajaran Islam yang telah menyelam ke dasar terdalam dari ajaran Islam, demikian pula agama selain Islam. Penilaian suatu agama tidak dapat dilakukan secara sepenggal, terpisah, apalagi dalam bentuk-bentuk di medium yang selalu terpenggal dan terpisah-pisah. Sikap semacam ini merupakan bagian dari sikap penundaan, pengurungan (*epoche*).

Max Scheler mengajukan pandangan yang berbeda dengan Husserl tentang metode fenomenologi. Husserl mengajukan jalan "pengurungan" atau menahan pengakuan. Bagi Scheler, pengurungan saja belum cukup. Jalan yang tepat ialah menghilangkan semua kecenderungan personal, kesenangan atau kebencian, dan memerlukan sikap askesis, yakni melepaskan dari semua dorongan yang rendah (Drijarkara,1989: 136–137). Kecenderungan personal antara lain adalah penggunaan sudut pandang agama A dipakai untuk menilai tindakan B yang beragama non-A. Contoh lain adalah menilai peristiwa Idul Qurban dengan kecenderungan seorang pecinta binatang. Segala kecenderungan personal akan mengarahkan suatu peniliaian secara otomatik berpihak pada kecenderungannya itu. Fenomenologi dianggap sebagai suatu sikap, bukan suatu prosedur khusus yang berdiri ketat yang harus diikuti oleh pemikiran, baik induksi, deduksi, silogisme, maupun teknik berpikir lainnya.

Sikap fenomenologis (melepaskan diri dari kecenderungan) dapat digunakan pula dalam konteks ketika terjadi hubungan langsung antara kenyataan diri sendiri dan realitas yang bersumber dari intuisi (hal-hal yang berasal dari non-pengalaman dan non-logika). Hubungan langsung antara "yang tampak" dan "yang melihat" disebut "pengalaman fenomenologis". Dalam perkembangan sosiologi agama, sistem penundaan penilaian dari hal-hal yang intuitif berbaur dengan model pemikiran sistemik tentang intuisi dari pemikiran, seperti intuisi model Ghazalian bagi aliran (filsafat) Islam Klasik dan intuisi model Suhrawardi, Mulla Sadra bagi filsafat Islam Kontemporer. Unsur utama kenyataan yang tampak adalah pengalaman, bukan fakta-fakta umum yang meliputi seluruh kenyataan, melainkan fakta jenis tertentu. Fakta jenis tertentu itulah yang dikenal sebagai fakta-fakta fenomenologis atau pengalaman-pengalaman yang menggambarkan realitas yang tampak bagi manusia. Penampakan ibadah haji di Makkah adalah salah satu realitas Islam. Fakta jenis tertentu dari fenomena ibadah haji antara lain fakta tentang sisi praktik pelaksanaan peribadatan haji yang dialami seseorang atau sekelompok orang. Penampakan ibadah haji yang merupakan kategori fakta-fakta khusus tertentu antara lain fakta tentang keadaan fisik orang-orang yang beribadah haji, fakta tentang pengalaman orang yang beribadah haji, fakta tentang kondisi jalan, dan ritual-ritual menuju peribadatan haji. Setiap tindakan peribadatan merupakan realitas/fenomena sosial keagamaan. Setiap realitas selalu mengandung fakta-fakta umum dan fakta-fakta tertentu yang sampai kepada kesadaran orang-orang yang mencermatinya.

Fenomenologi agama berarti sifat pembandingan (komparasi) dan penyusunan klasifikasi tipe-tipe dari suatu fenomena keagamaan yang tampak. Klasifikasi didasarkan dari adanya perbedaan-perbedaan atau kesamaan dari setiap fakta. Fenomenologi agama dapat pula diartikan sebagai sebuah investigasi terhadap fenomena atau objek, fakta, dan peristiwa agama yang bisa diamati (Syamsuddin, 2009: 13).

Dalam imagologi religiusitas kehidupan sehari-hari, banyak hal yang dipersepsikan sebagai kebenaran umum yang kemudian dianut oleh masyarakat seolah begitulah keadaan sesungguhnya. Setelah diperiksa secara cermat, barulah terdapat banyak kontradiksi antara realitas yang tampak, *image* yang ditampilkan oleh penampakan itu (imagologisme), dan esensi agama (yang *real*), baik dari sudut pandang tekstual atau formal, tradisional atau moderat. Realitas imagologian dengan realitas asli merupakan dua hal berbeda, teks yang mendeskripsikan kenyataan merupakan hal yang berbeda dengan kenyataan hakiki. Bagi Russel (2002: 2), kejadian semacam itu merupakan masalah pokok antara "tampakan" dan "realitas". Disparitas semacam ini selalu ditemukan dalam semua medium, perbedaan antara yang apa yang ditampilkan medium dan fenomena sesungguhnya.

Sebelum melangkah jauh, ada suatu definisi yang perlu dijelaskan lebih dulu. Apakah agama itu? Agama dalam bahasa Indonesia sering disamakan dengan *religion.* Agama sebenarnya merupakan tradisi manusia. Agama berarti perilaku manusia secara sosial, bukan agama *ansich* yang berisi kumpulan kredo Tuhan yang melulu berbicara soal-soal keyakinan, *faith* berdasar struktur pemahaman agama dimaksud. Kata *religion* (bahasa Inggris yang diindonesiakan menjadi religius) ialah suatu istilah yang mencakup semua lingkup praktik keagamaan dan kepercayaan, resmi atau tidak resmi dengan susunan formal atau menurut adat setempat, golongan atau perorangan (Stange, 1998: xiii). Agama tidak dibatasi oleh konstitusi negara, diakui negara atau tidak, penganutnya banyak atau sedikit, tersistem atau tidak, bernabi atau tidak, bertuhan atau tidak. Agama adalah semua lingkup praktik keagamaan/kepercayaan yang dilakukan oleh manusia berdasarkan suatu keyakinan tertentu. Nama agama tidak bergantung dari jumlah pengikutnya. Sebutan "besar atau kecil" suatu agama barulah bergantung dari jumlah pemeluknya, lengkap atau tidak suatu agama, baik atau tidak baik. Suatu ajaran agama

bergantung pada kompleksitas isi intrinsik ajaran dan bagaimana penerapan para pemeluknya. Semakin kompleks suatu ajaran agama, akan semakin baik; dan semakin baik ajaran agama, semakin banyak penganutnya, semakin banyak penganut mengundang kekritisan/pertanyaan terhadap kompleksitas ajarannya sendiri. Pada akhirnya, semakin banyak kekritisan/pertanyaan terjawab, semakin yakin para pemeluk terhadap agamanya itu.

Agama disebut sebagai arena yang dualmatra. Salah satu matra agama menyandarkan diri pada teks transenden (ilham, intuisi), atau wahyu yang ditransformasi ke dalam wujud teks tertulis, dari bahasa lisan menjadi bahasa tulis. Satu matra lainnya lagi bersandar pada keadaan sosial para penganutnya, atau dari hasil praktik peribadatan atau penerapan teks transenden menurut pemahaman para pemeluknya. Realitas riil agama, Islam, misalnya, sesungguhnya merujuk pada bahasa teks Al-Quran dan semua derivatnya, seperti fiqh dan otoritas ulama. Kemudian, manusia mulai mewujudkan bahasa teks untuk mendeskripsikan (merealisasikan) perilaku nyata ajaran teks keagamaan. Fenomena sosial keagamaan selanjutnya dibentuk oleh teks keagamaan. Teks menyusun dan menentukan realitas-realitas apa saja yang harus dilakukan oleh penganutnya, boleh atau mungkin, atau tampakan yang tidak diperbolehkan sama sekali. Realitas yang tidak diperbolehkan akan menjadi realitas "imajinatif", perbuatan yang diberi lebel "dosa" merupakan tindakan-tindakan yang imajinatif karena setiap penganut agama yang taat tidak dianjurkan, dilarang untuk mengerjakan tindakan "dosa" tersebut. Sebaliknya, tindakan yang diberi predikat berpahala, bermanfaat, dan berkarma baik merupakan realitas-realitas nyata karena wajib dikerjakan oleh penganutnya. Dengan kata lain, realitas sosial masyarakat dipandu oleh teks dan pemahaman manusia terhadap kondisi sekitarnya ter-referensi dari konstruksi-konstruksi teks (penerapan teks). Artinya, teks membentuk kebudayaan dan sebaliknya, kebudayaan membentuk teks. Kebudayaan

yang telah dikerjakan selama bertahun-tahun, berabad-abad, dan turun-temurun dengan sendirinya dianggap sebagai teks yang sudah diterima mapan, seolah-olah begitulah adanya. Teks semacam inilah yang disebut sebagai tradisi.

Teks merupakan terminal perantara dari subjek (pihak yang memahami) kepada objek (hal yang dipahami) atau dalam istilah Paul Ricoeur, realitas teks dan realitas dunia tidak dipisahkan. Persepsi subjek terhadap objek dan tangkapan yang diterima subjek dari objek bertemu dalam "teks" religius, inilah yang disebut penafsiran. Proposisi dibentuk oleh satuan-satuan teks yang membentuk sistem dan melahirkan persepsi kompleks. Pemahaman tentang zakat, misalnya, dibentuk oleh satuan teks tentang *nishob* (batas pendapatan), kewajiban zakat, arti zakat, penerima zakat, wajib zakat, benda-benda yang dizakati, dan seterusnya. Persepsi tentang praktik zakat merupakan pemahaman yang kompleks, yang disusun dari pemahaman teks-teks yang lebih kecil (*genus* dan *diferensia*). Pada akhirnya, pengetahuan akan diidentikkan dengan "persepsi manusia dalam suatu komposisi yang terdiri proposisi-proposisi yang kompleks". Oleh karena pengetahuan (perantara pengetahuan adalah bahasa) terbentuk sebagai titik temu antara objek dan subkek. Oleh karena itu, fenomena, realitas, dan kenyataan tidak senantiasa dapat ditangkap utuh sebagaimana adanya. Bias, deviasi dan kesalahan, reduksi imagolog, serta reduksi dari pemaknaan medium (perantara) teks bahasa (imagologian) memungkinkan terbentuknya pengetahuan yang berbeda satu sama lain.

Esensi dari sebuah fenomena, tidak terletak pada objek atau penampakan objek tersebut, tetapi terletak di dalam kesadaran yang bersifat transendental (Piliang, 2008: 30). Kesadaran manusia terhadap objek itulah esensi fenomena. Dalam hubungannya dengan objek, fenomenologi tidak menerima makna sebagaimana objek itu didefinisikan, dipahami, atau diteorikan karena objek dan kesadaran

berjarak melalui refleksi. Dengan campur tangan teknologi, semakin canggih teknologi, semakin banyak realitas yang berhasil ditampakkan ke kesadaran manusia, dan semakin banyak diperlukan kemampuan refleksi. Refleksi objek-objek yang ada dalam dunia virtual, seperti simbol dan ikon memerlukan kemampuan yang lebih prima, dibandingkan dengan kemampuan merefleksi suatu kejadian nyata sehari-hari. Kesulitan semacam ini menjadi tantangan imagologian ketika menyusun teks, narasi, ikon, dan simbol dalam medium agar dapat dipahami oleh para imagolog (masyarakat yang dengan mudah menerima sajian medium sebagai kebenaran).

Perilaku keagamaan—sebagai salah satu realitas sosial—ditampakkan melalui gambaran tertentu oleh teknologi. Penggambaran agama dibentuk oleh pemilik-pemilik akses ke medium. Di tingkat kenyataan, tidak semua pemeluk agama bisa mengakses medium. Sejumlah medium justru dimiliki oleh kelompok tertentu sehingga cara pandang teks keagamaan dalam medium tersebut bergantung pada cara pandang kelompok tersebut. Suatu kelompok yang muncul di medium pun kerap kali dianggap dapat mewakili gambaran keagamaan komunitasnya secara utuh. Hal itu terjadi karena pembentuk pesan di medium (imagologian) menggubah fenomena menjadi proposisi, bahasa yang ditampakkan kepada orang lain. Dengan demikian, bahasa yang ditampakkan imagologian merupakan tempat tinggal dari keseluruhan pemahaman realitas keagamaan. Bahasa merupakan hal sentral dalam mekanisme imagologi keagamaan.

C. Bahasa Agama

Bahasa membuat komunikasi menjadi mungkin, baik berupa tuturan ataupun tulisan, simbolik, maupun alfabetik, memiliki arti ataupun tidak memiliki arti. Heidegger berpendapat bahwa *logos* adalah hal yang disampaikan ketika orang berbicara, sedangkan makna esensial *logos*

adalah sesuatu yang membiarkan dirinya sebagai penampakan. Bahasa yang digunakan untuk berbicara berisi *logos*. Bahasa tidak berisi pikiran yang mendeskripsikan suatu gejala atau fenomena. Bahasa merupakan proses ontologis realitas dari *logos* (isi bahasa) yang ditangkap oleh orang yang berbicara.

Sebagai proses ontologis, bahasa harus mempunyai struktur yang jelas sehingga dapat ditangkap oleh persepsi lain, dapat direfleksikan kembali untuk menyusun realitas yang diungkapkan *logos* bahasa. Struktur bahasa bersifat unik, tidak berhenti dalam satu fase atau stagnan. Setiap bahasa yang digunakan manusia memiliki aturan struktur yang terbagi dalam dua pola besar: struktur umum dan struktur khusus. Struktur umum terdiri dari sifat utama bahasa yang serba arbitrer (acak), menggantikan suatu objek, terdiri dari tanda-penanda atau penunjuk dan yang ditunjuk, serta subjek yang terlibat di dalam hubungan tersebut. Sifat arbriter dapat ditemukan dalam contoh pembentukan kata *katak* (*frog*, *kodok*), tidak ada aturan yang memberikan alasan hewan ampibi berkaki empat yang pandai meloncat itu dibahasakan "katak", dalam bahasa lain *frog* atau "kodok". Pembentukan kosakata bersifat arbitrer dan berlaku dalam skala tempat kosakata bahasa itu lahir dan digunakan. Penunjuk dan yang ditunjuk serta subjek yang terlibat di dalamnya terdapat dalam setiap pemakaian bahasa di dunia. Kata *rumah*, *house*, *griya*, misalnya, dipakai untuk menggantikan suatu objek yang dikenal sebagai tempat tinggal, tempat bernaung sehari-hari yang memiliki ciri fisik tertentu. Setiap kata selalu menggantikan kehadiran objek tertentu. Struktur khusus merupakan rumusan tertentu yang ada dalam struktur penggunaan rentetan kosakata, misalnya formulasi *past present tense* yang tidak dijumpai bahasa Jawa, perubahan bentuk kata kerja, dan seterusnya. Formulasi yang digunakan pun selalu merujuk pada ketentuan umum berupa keteraturan logik dalam susunannya. Sifat unik bahasa dapat terlihat pada posisinya yang dapat menimbulkan kesan yang dalam,

besar, kecil, kasar, sedih, gembira, dan ceria dari realitas yang sedang dibahasakan.

Penggunaan majas, metafor, idiom, dan tamsil adalah keunikan bahasa yang melampui realitas yang sedang dibahasakannya itu. Untuk menyebut orang yang sangat kaku pendiriannya, digunakan kata *kepala batu*. Kata ini tidak menunjuk pada objek berupa bagian kepala dari sebongkah batu atau menunjuk kepala yang terdiri dari batu. Kata *kepala batu* memiliki makna yang melampaui kenyataan riil si manusia yang berpendirian kaku tersebut. Demikian pula dalam bahasa agama, kerap digunakan kosakata yang tidak menunjuk objek tertentu secara riil, tetapi bersifat metafor, tamsil. Bahkan, beberapa kosakata digunakan secara lepas, misalnya kata *bidadari surga* (pujian yang menyangatkan) atau "jahanam" (kata cacian yang berarti menyangatkan kejengkelan).

Salah satu peran medium ialah terciptanya efek pembesaran suatu objek, inilah eskalasi. Medium menggunakan bahasa. Salah satu sifat unik bahasa ialah membesarkan kesan objek. Misalnya, frase "sampah yang menggunung", berarti membesarkan kosakata "sampah" dalam jumlah yang sangat banyak dan menumpuk tinggi. Eskalasi menghasilkan *image* pemaknaan agama (jika objeknya agama) yang mendorong terjadinya pemahaman umum (*common sense*) religiusitas secara berlebihan/menyangatkan. Misalnya, simbol-simbol Islam yang dilekatkan pada kelompok orang beragama Islam pada "realitas tampakan 9/11", proses pelekatan ini akan membentuk *imago* tentang fenomena agama Islam. Pernik-pernik Islam menjadi identik (ikonitas) dengan peristiwa 9/11. Tragedi 9/11 sama dengan perilaku orang Islam. Dampaknya mudah ditebak, yakni terjadinya diskriminasi yang merebak pada orang-orang yang menggunakan "ikon" keislaman. Perlakukan terhadap komunitas Islam di AS pasca-tragedi 9/11 dan cara pandang dunia Barat pada Islam idiomatik dengan aksioma tragedi

9/11 adalah perilaku orang Islam. Ikonitas tadi secara keseluruhan mengarahkan pengertian orang kepada realitas agama yang mesti bertanggung jawab atas kejadian itu. Orang-orang mulai mengambil kesimpulan: menyalahkan agama.

Paul Tillich (1886–1965) memberikan suatu cara untuk membedakan "bahasa agama" dan "simbol", serta titik temu di antara keduanya. Menurut Tillich (1996: 357), bahasa agama tidak bisa dipahami secara literer saja, tetapi harus dipahami secara simbolis. Simbol dapat diartikan "tanda" untuk menyampaikan satu maksud, sekaligus menunjukkan suatu makna yang dituju. Simbol berkaitan dengan agama sebagaimana digunakan untuk alat pernyataan, misalnya bahasa teks suci lafadz Allah (dalam aksara Arab). Di mana pun aksara ini ditempatkan, *common sense* dengan mudah mengambil kesimpulan: Islam. Identitas Islam sangat mudah untuk diidentifikasi berdasarkan simbol-simbol.

Di bidang lain, pola simbolisasi dapat dilihat pada pemakaian simbol bendera untuk menyebut identitas kenegaraan, logo perusahaan untuk menunjuk identitas korporasi, dan seterusnya. Kitab suci selalu menyajikan tatanan dan makna bahasa, yang memakai perbandingan serta persamaan (simbolik) yang diambil dari barang-barang dan peristiwa sehari-hari dalam dunia mereka sendiri (Dillistone, 2002: 153).

Menurut argumen yang diajukan Tillich (1996: 361), bahasa agama di tingkat perilaku keseharian penganutnya berada di bawah ambiguitas hukum. Ambiguitas yang dimaksud Tillich berarti kesatuan dari proses "menyusun dan melanggar" dalam waktu bersamaan, agama berada dalam kesucian dan ketidaksucian. Berbeda dengan perspektif Dillistone, apa yang disajikan oleh kitab suci merupakan sebuah kontinum, rangkaian kesatuan yang tidak rata, saling bertautan. Tillich (1996: 156) menekankan bahwa di dalam bahasa agama sering terlibat

nilai historis pada periwayatan suatu kisah. Maka, ada nilai sejarah dalam perumpaan, simbol.

Realitas sosial keagamaan telah dibentuk melalui bahasa-bahasa dalam medium (penampakan imagologi). Misalnya, proposisi bahasa yang disampaikan Yusuf Mansyur atau Jefry Al-Bukhori adalah realitas Islam "sesungguhnya" (versi Yusuf dan Bukhori). Realitas agama dalam pandangan dua tokoh ini berbeda dengan realitas keagamaan sebagaimana ditampakkan oleh Ulil Abshor Abdala, atau oleh Aa Gym, Gus Dur, Cak Nur, Jalalludin Rakhmat, Dawam Rahardjo, dan seterusnya. Semua pandangan mereka juga menunjukkan realitas keagamaan yang berbeda dengan realitas "Islam yang sesungguhnya" sebagaimana ditunjukkan Neno Warisman, Lutfiah Sungkar, atau realitas keagamaan "yang asli" ialah realitas sebagaimana dibentuk oleh penampakan imagologian berupa "hukuman" tuhan dalam serial *Inayah, Halimah, Lorong Waktu*, atau berpuluh tema kisah-kisah *Hidayah,* seperti *Pemabok Ditolak Bumi Disiksa Langit, 'Badan Melepuh Memakan Uang Masjid* (TPI produksi 2007/2008) dan beratus ragam penggambaran realitas sosial keagamaan lainnya. Semua perbedaan penampakan realitas keagamaan itu pada satu titik berusaha menampilkan hal yang sama: imagologi keagamaan. Perbedaan tampakan antar-fenomena religius pada setiap babak di medium itu hanyalah perbedaan pemahaman, praktik keagamaan yang disajikan dalam kompleksitas teks masing-masing.

Dengan meminjam analogi Wittgenstein, hakikat dunia (agama) dilukiskan melalui bahasa, yakni keseluruhan fakta-fakta, serta apa yang merupakan kenyataan karena sebuah fakta adalah sebuah peristiwa (Kaelan, 2004: 34–35). Sejurus dengan pandangan di atas, agama adalah fakta-fakta yang diungkap melalui teks-teks, baik berbentuk bahasa kitab suci, teks medium, maupun bahasa realitas sosial. Jika demikian, realitas bahasa yang digunakan untuk menggambarkan realitas keagamaan

merupakan substansi dari agama. Dimensi ontologis dan metafisika realitas agama bergantung pada bagaimana realitas metafisik keagamaan dapat terungkapkan oleh bahasa. Dimensi metafisik diungkapkan melalui bahasa metafor sebagaimana banyak digunakan dalam teks-teks sufistik. Namun, problem utama sebagaimana disampaikan Russel terdahulu, tetap tampak bahwa bahasa tidak mencukupi untuk menerangkan apa yang dipahami dalam kesadaran keagamaan seseorang. Bahasa, meskipun sanggup mencakup hal yang sangat luas, tetap saja terlalu sempit untuk menggambarkan realitas secara utuh. Bahasa, misalnya, tidak akan mampu menyampaikan makna yang terkandung di balik aksara Arab "Allah". Bahasa juga tidak mampu menyampaikan makna keadilan yang disimbolkan dalam bentuk patung dewi berpenutup mata membawa neraca keadilan dan pedang. Selain menimbulkan eskalasi, salah satu sifat umum bahasa adalah sifatnya yang menyempitkan realitas ke dalam bahasa. Proses penyempitan inilah yang dinamakan reduksi realitas.

Reduksi realitas sosial keagamaan berimplikasi pada perubahan struktur sosial kemasyarakatan. Politik, kekuasaan, ideologi, dan kepentingan merupakan ornamen paling menonjol yang mengondisikan adanya proses penyempitan. Penyempitan bersandar pada faktor politik, ideologi, kekuasaan, dan kepentingan. Empat hal tersebut menentukan kategori-kategori apa saja yang diperbolehkan tampak dalam layar medium, kategori pemaknaan agama seperti apa yang dapat ditayangkan dalam medium. Empat hal itu menentukan mana yang boleh dan mana yang tidak boleh, juga menentukan reduksi semacam apa yang diperbolehkan. Reduksi bersifat disengaja (rekayasa) atau bersifat alamiah. Contoh reduksi yang bersifat rekayasa, misalnya "realitas korupsi". Realitas korupsi dibatasi melalui bahasa "merugikan negara" yang selanjutnya dibuat turunan definisi "merugikan negara", dan dikembangkan definisinya secara lepas-luas seperti korupsi waktu (yang dimaksud adalah merugikan prinsip efesiensi). Makna yang

terlampau luas itu menyebabkan korupsi tidak dimaknai sebagai hal yang menakutkan dan mengerikan sebab makna korupsi yang telah meluas itu ternyata menyeret semua orang tanpa kecuali. Siapakah orang yang tidak pernah melakukan korupsi waktu dalam hidupnya? Korupsi menjadi hal yang lumrah dan dianggap sebagai budaya bukan bahaya. Realitas korupsi menjadi sesuatu yang sangat terbatas sekali atau luas sekali. Pada akhirnya, realitas korupsi kehilangan makna esensialnya.

Mekanisme realitas sosial yang dibingkai oleh kategorisasi tersebut di atas dilakukan melalui modus-modus eufemisme, tamsil, dan simbolisasi, yang dipergunakan narasi bahasa. Sangat jarang menemukan entitas kemandirian teks yang tidak terpengaruhi oleh keadaan atau oleh kategori-kategori reduksi pembentukan bahasa. Kebenaran teks, bahasa agama dalam modus semacam itu akan diukur berdasarkan kontekstualitas objek yang *common sensible* (terinderai, teramati bersama), bukan yang esensial lagi.

Pemaknaan teks keagamaan terpengaruhi pandangan strukturalitas, terutama ketika imagolog memilih bahasa mana, reduksi macam apa yang hendak diungkapkan sebagai pernyataan "penunjuk pengalaman dunia" dalam medium. Pilihan imagolog hanya berbenturan dengan pandangan esensial dan faktor-faktor penentu kategori. Dua hal inilah yang menentukan manakah proposisi bahasa agama, sosial, ataukah politik yang akan dikonsumsi orang lain. Hermeneutika para imagolog tidak mandiri, tetapi adaptif-kalkulatif berdasarkan keadaan dan target yang disasar (keadaan penerima imagologi). Dalam proses produksi imagologi religiusitas, reduksi melibatkan *image,* citra*,* atau *imago* yang kesemuanya dimanfaatkan dari sisi perlokusinya masing-masing untuk dire-produksi dalam teks (dalam arti luas atau dalam arti sempit) secara terus-menerus.

Teks dalam arti luas merupakan semua deskripsi atau penggambaran realitas melalui berbagai macam sistem kode, tanda, simbol, dan sistem simbol. Refleksi keberagamaan para penganut agama (ritual) juga disebut sebagai teks dalam arti luas. Teks dalam arti sempit hanya berbentuk bahasa dan sistem kode bahasa yang diaktualkan dalam proposisi, postulat, atau pernyataan.

ooo0ooo

BAGIAN IV

IMAGOLOGI DAN REALITAS KEAGAMAAN

A. Genealogi Imagologi

Genealogi secara etimologis berasal dari bahasa Yunani γενεα, *genea*, artinya keturunan dan λογοξ, *logos,* yang berarti pengetahuan. Jika ditinjau dari asal katanya, genealogi dapat diartikan sebagai cara menelusuri garis keturunan serta aspek kesejarahan suatu objek. Awal mula pemakaian kata *genealogi* digunakan untuk melacak jalur garis keturunan (kekerabatan dan silsilah keluarga) pada studi sejarah, antropologi, dan sosiologi. Hasil penelusuran genealogis sering ditampilkan dalam bentuk bagan ataupun ditulis dalam bentuk narasi.

Genealogi imagologi adalah penelusuran "hereditas" untuk menunjukkan jalur kekerabatan ide-ide asal mula imagologi. Genealogi imagologi bertujuan mencari silsilah istilah-istilah yang menyumbangkan bentuk bangunan ilmu imagologi, termasuk pemikiran-pemikiran yang melatarinya. Imagologi memiliki kekerabatan dengan kata-kata antara lain *simbol, religion, imajinasi, imitasi* (atau dalam batas tertentu bisa disebut ilusi), *duplikasi, mimesis,*

bayangan, dan *produksi*. Untuk memperjelas makna imagologi, perlu dijelaskan secara jernih perbedaan imagologi dan citra sebab citra telah dikenal sebagai nama lain imagologi. Padahal, dua kata tersebut berbeda dalam hal mekanisme dan materinya.

Sebagaimana dilaporkan Mahzar (2004: 1), Milan Kundera merupakan pencetus imagologi modern dengan menyatakan bahwa imagologi telah berhasil membunuh ideologi di Rusia. Kalimat yang dinyatakan Kundera itu menjadi perkenalan kata *imagologi* di Indonesia dalam kolom Catatan Pinggir majalah *Tempo* edisi 18 Juli 1992 yang ditulis oleh Goenawan Muhammad. Milan Kundera menyebut bahwa imagologi meraih kemenangan historis atas ideologi setelah berhasil menumbangkan ideologi komunis di Rusia, dan selanjutnya imagologi akan memenangkan seluruh ideologi-ideologi di dunia. Prediksi Kundera tampaknya bukan pepesan kosong, di Indonesia imagologi terbukti berhasil membunuh agama dan menggiring ideologi agama ke gurun makna, kering. Ideologi yang dimaksudkan oleh Milan Kundera ialah hal-hal yang tersembunyi di balik kata-kata. Sedangkan, imagologi bersembunyi di balik imaji-imaji. Di balik imaji itulah tersimpan kata-kata yang menyembunyikan ideologi yang sedang sekarat didekati ajal.

Imagologi berhubungan erat dengan imajinasi sebagai unsur utama penyusunnya. Kedudukan imajinasi menyumbang pembentukan pengetahuan imagologi, dan persoalan ini akan dibahas mendalam pada bab epistemologi imagologi. Imagologi lahir dalam rahim postmo, dan nasib kelahirannya pun sama seperti istilah postmodernisme. Postmodernisme pada mulanya terlahir dari rahim dunia seni dan arsitektur. Imagologi pun lahir dan populer ke dunia dari dunia sastra. Tidak mengherankan jika perlahan-lahan kata *postmodern* itu—dan kata-kata di dalamnya seperti *imagologi*—akhirnya terabsorbsi menjadi kata-kata mandiri yang pas untuk mendefinisikan potret sosial

kontemporer, terutama di Prancis (Anderson, 2008: 8–9). Bagi sosiolog Prancis, Edgar Morin saat menguliti budaya massa masyarakat kapitalis, menilai bahwa kata *postmodern* (dan segala kata yang ada di dalamnya termasuk imagologi) terserap dan bersifat identik dalam pembahasan budaya industri (Mahzar, 2004: 2).

Berdasarkan aspek genealogis, kata *imagologi* bertaut dan berkerabat dengan kata *religi* (Inggris: *religion*) dalam makna yang luas. *Religion* berasal dari kata latin *religio-religare*, artinya mengikat dengan kencang (Bagus, 2005: 12). Kosakata bahasa Inggris *religion* biasanya diterjemahkan langsung ke Bahasa Indonesia sebagai "agama". Transliterasi *religion* = agama semakin menyempit menjadi "agama-agama formal". Paul Stange (1998) berpendapat bahwa alih bahasa tersebut tidak pas karena makna agama-agama formal tidak sama dengan agama, terlalu jauh berbeda. Dalam tradisi kosakata bahasa Inggris, istilah *religion* menunjuk pada pemakaian semua lingkup agama dan bentuk-bentuk kepercayaan, resmi atau tidak resmi, dengan susunan formal atau dengan susuan adat setempat, serta golongan atau perorangan (Stange,1998: xiii–xiv). Kompleks dan luas. Di Indonesia, tradisi kosakata "agama" lebih menunjuk pada susunan kepercayaan yang formal. Formal berarti harus diakui negara, mendapat legalitas, dan tentu saja bersifat kolektif luas. Agama formal merupakan ordinat yang berbeda dengan kepercayaan yang biasanya bersifat tidak formal, tidak luas, dan tidak harus diakui secara formal oleh negara.

Penjelasan Stange memberikan garis bawah bahwa kata "kepercayaan" merupakan sesuatu yang tidak dapat dipisahkan atau dipertentangkan dengan kata *agama*. Di Indonesia, agama berseberangan dengan kepercayaan, dua institusi berbeda, dinaungi dan diperlakukan secara berbeda pula. Kenyataannya, kata *agama* di Indonesia menunjuk pada sebuah institusi keagamaan mapan dengan jumlah pengikut yang relatif besar. Sebaliknya, kepercayaan merujuk

pada "sistem peribadatan" non-formal dengan jumlah pengikut terbatas, tradisional.

Pemakaian kata *religion* di nusantara memiliki makna yang berbeda dari dua kosakata sulih bahasanya, baik agama atau kepercayaan. Kata kepercayaan meliputi pula sistem mitologi. Dalam narasi medium secara umum, kata agama dan kepercayaan sering ditempatkan berhadapan secara diametral. Pada gilirannya, agama berseberangan arti dengan kata kepercayaan. Akibatnya, tidak jarang terdapat ketegangan hubungan di tingkat praksis antara pemeluk agama dan pemeluk kepercayaan. Hal ini berujung peluruhan makna kepercayaan (dan mitos) keluar dari arena kosakata agama. Kepercayaan dianggap bukan wilayah agama dan secara formil ditempatkan di luar naungan Departemen Agama. Celakanya, pemaknaan kata agama kian dibatasi menjadi agama yang diakui negara atau agama resmi.

Di dalam kepercayaan terangkum berbagai mitos-mitos, sedangkan benih kata *imago* dan *logi* justru disemai pada era mitos-mitos masa lalu berkuasa. Penggambaran sosok dewa bertangan delapan, dewa pengendali petir, merupakan visualisasi logika yang berkembang dari nalar era tersebut. Bentuk dewa atau tokoh-tokoh mitos divisualisasi secara surealis. Atas pertimbangan tersebut, makna religi (alih bahasa dari *religion*) dalam pembahasan agama-simbol-bahasa lebih tepat mengacu pada definisi Paul Stange. Religi ialah segala bentuk kepercayaan formal dan tidak formal, individu atau kelompok. Religiusitas adalah pengetahuan yang melatari dan berbasis pada sistem religi dimaksud.

Pembahasan genealogis dilanjutkan pada pencarian latar belakang hubungan imagologi dan simbol. Sebelum aksara modern yang terdiri dari alfabet yang bersifat abstrak, tidak menunjuk pada konsep formal tertentu ditemukan, masyarakat era pra-Yunani telah menggunakan simbol sebagai bahasa tulis mereka. Orang Yunani menulis bilangan

“seratus” menggunakan simbol spiral, belum ada angka “1 0 0”. Akan tetapi, sebelum membahas dunia aspek historis simbol, diperlukan batasan waktu sebagai pembatas. Penyekatan zaman kesejarahan menggunakan batas era “Yunani dan pra Yunani”. Sekat ini digunakan untuk sekadar menunjukkan rentang waktu periodisasi. Tidak ada maksud menafikan temuan “tulisan” oleh masyarakat sebelum Yunani sebagaimana paparan Arnold Toynbee (1976: 70) bahwa bangsa Sumeria telah menemukan tulisan yang digunakan untuk propaganda kekuasaan mereka jauh sebelum peradaban Yunani.

Berdasarkan perspektif sejarah, keberadaan budaya tulis lebih banyak dirujukkan pada peninggalan sejarah yang berwujud pemikiran-pemikiran di zaman Yunani. Dengan alasan itulah, imperium Yunani dijadikan sekat periodisasi kesejarahan. Simbol-simbol yang digunakan di masa pra-Yunani menunjuk pada representasi nilai dan konsep formal pada mitos tertentu dalam dunia mitologi masyarakatnya. Sedangkan, tulisan orang Sumeria (sekitar 3100–2500 SM) tersusun dari piktograf-piktograf, (yakni gambar-gambar orang, peristiwa dan benda-benda) dan sejumlah ideogram (tanda-tanda). Piktograf dan ideogram merujuk kepada mitos tertentu. Para pemimpin Sumeria memerlukan instrumen piktograf-ideogram tersebut untuk mengorganisasi masyarakatnya demi penguasaan air dan tanah secara lebih luas dan efektif. Piktograf yang ada kebanyakan merujuk pada mitologi kedewaan para pemimpin Sumeria.

Mitos merupakan bahasa yang dipakai untuk menunjukkan eksistensi komunikasi antar-personal manusia. Mitos bukan dongeng belaka, melainkan seperangkat kumpulan kode pengetahuan yang berisi informasi yang diperlukan masyarakat saat itu untuk melangsungkan tradisi dan merantingkan pengetahuan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Mitos setara sistem komunikasi dan sistem perantingan pengetahuan pada zaman modern. Secara naluriah, manusia sebagai

makhluk simbolik memiliki kecenderungan dalam proses menciptakan, membaca, atau memaknai simbol-simbol sebagai proses interaksi antar-manusia atau antara imajinasi dan realitas yang dihadapinya. Dunia simbol terus-menerus mengalami dekonstruksi yang berlangsung secara dinamis.

Simbol merupakan sistem penyampaian makna yang bersifat universal, tetapi tidak monoformitas (bermakna tunggal) meskipun simbol dimiliki oleh semua suku bangsa. Simbol tidak hanya hidup di masyarakat purba, tetapi hidup sampai masa kini. Masyarakat modern menggunakan simbol berupa bendera, lambang, logo, kop, stempel, sampai pemasangan foto kepala negara di ruang kantor pemerintahan. Bentuk-bentuk itu merupakan fakta penggunaan simbol (dalam arti konvensional) yang dianut oleh masyarakat modern. Simbol tetap menjadi bagian dari budaya modern. Maka, tepat kiranya jika simbol disebut sebagai produk budaya yang lintas zaman. Masyarakat modern juga menganut sistem simbol yang lebih kompleks, seperti upacara hari pahlawan atau pengibaran bendera. Praktik semacam itu dinamakan formalisasi simbol.

Kenyataan ini membantah argumen bahwa simbol hanyalah tradisi kuno sebelum bahasa lahir. Tindakan simbolik menyiratkan ekspresi yang lebih luas tentang imajinasi di level kebudayaan. Walaupun tindakan simbolik berlangsung terbatas, tindakan simbolik bersifat timbal balik dengan menempuh komunikasi yang bebas manusiawi sehingga terjamin karakter universalitas bagi sembarang orang lintas zaman (Ricoeur, 2008: 52). Bahasa simbol menciptakan suasana simbolis yang tertuang dalam tindakan-tindakan penggunaan lambang-lambang untuk mewakili suatu maksud tertentu. Semua itu tecermin dalam tindakan manusia yang menjadi penanda lahirnya budaya, olah rasa-karsa manusia.

Dunia simbol mitologi yang bersifat surealias hasil imajinasi yang merujuk mitos-mitos akhirnya terkubur oleh kehadiran jagat simbol baru yang dibawa oleh agama monoteis Yahudi dan tradisi filsafat Yunani. Simbol yang dipakai agama monoteistik tidak mengacu pada imajinasi surealis lagi, tidak ada simbol dewa bertangan petir berkepala kuda lagi. Jagat simbol baru tersebut ialah alfabet fonetik Yahudi, yang berkat kehadiran alfabet fonetik ini, Yunani terbebas dari dunia imaji-imaji (mitos). Dengan adanya alfabetis itu, pemikiran tokoh-tokoh Yunani dapat dituangkan dalam bentuk yang serupa dengan buku-buku. Semaraknya pemikiran tokoh Yunani itu berisi sistem-sistem filsafat yang akhirnya mampu mengalahkan popularitas mitos, memberikan penjelasan yang lebih logik dari sistem logika mitos. Sistem-sistem tersebut berhasil melampui keterbatasan mitos dalam menjawab berbagai persoalan-persoalan aktual kala itu. Sebelum alfabet digunakan, bentuk tulisan masih menggunakan simbol-simbol yang merujuk suatu objek surealis.

Sebentar saja, bentuk alfabet mampu mengungguli hieroglif ataupun piktograf dan ideogram. Keunggulan yang dimiliki alfabet adalah sifatnya yang bebas makna imajinatif. Huruf hieroglif Mesir dan piktograf Sumeria pra-Yunani berkaitan dengan imajinasi mitologis. Setelah membebaskan diri dari dunia imaji dan mitos, masyarakat mulai familiar berpikir secara abstrak. Bentuk-bentuk simbol tidak harus bertaut dengan jagat mitologi tertentu. Menurut Toynbee (1967: 71), beberapa fonem yang menyerupai sistem alfabetik memang sudah ditemukan sesudah perkembangan tulisan piktograf Sumeria, tetapi pemakaiannya sebatas pengganti bahasa tubuh dan penggunaannya bersifat arbitrer dalam kombinasi yang tidak stabil serta mendua. Fonem itu menjadi pelengkap dari keseluruhan teks piktograf.

Penemuan huruf alfabetik merupakan sebuah lompatan besar bagi kebudayaan manusia, terutama dalam sejarah pemakaian simbol.

Kehidupan manusia yang bersumber pada teks secara praksis mulai bergeser dari imaji mitos bergerak kepada bentuk-bentuk abstrak. Perkembangan pemikiran abstrak melepaskan manusia dari jerat dunia mitos. Arena pertama yang terimbas sistem simbol abstrak adalah doktrin-doktrin teologis. Dunia teologi yang lebih bersifat abstrak daripada mitologi semakin mudah dipahami karena paradigma abstrak mulai dapat diterima, paradigma surealis mulai ditinggalkan. Teologi akhirnya semakin berkembang menjadi sebuah jagat simbol baru lewat kemapanan agama (Mahzar, 2004: 3–4). Beberapa ratus tahun kemudian, jagat teologi diruntuhkan oleh kehadiran jagat simbol dunia sains modern yang berimplikasi lahirnya budaya cetak melalui momentum penemuan mesin cetak oleh Guttenberg. Periode perkembangan hasil cetak dari Guttenberg disebut *galaxy guttenberg* (Genosko, 1999: 106). Pemakaian segala bahan yang dicetak merupakan ekspresi simbol-simbol orang modern yang berusaha menyampaikan suatu maksud yang tidak hanya bersifat abstrak teologis. Simbol-simbol budaya cetak justru bersifat teleologis, mengarah pada satu tujuan akhir.

Kebudayaan cetak berhubungan erat dengan lahirnya gairah *renaisance* dan Revolusi Prancis yang pada akhirnya membawa dunia kepada fase mesin dan teknologi. Menurut Marshal McLuhan, sebagaimana dikutip Armahedi Mahzar (2004: 5), ideologi adalah produk kebudayaan cetak lewat kelahiran propaganda buku dan jenis-jenis produk cetak lain. Semula, istilah *ideologi* adalah sejenis ilmu yang lebih umum, yaitu sains tentang ide-ide. Definisi dari istilah itu kemudian digubah oleh Karl Marx (1818–1883) menjadi "sistem ide yang digunakan oleh masyarakat untuk mengubah dirinya". Sistem ide Marx disebut sebagai "ideologi komunis", dan seiring popularitas pemikirannya. Istilah *ideologi* versi Marx semakin populer. Hingga saat ini pun definisi ideologi telah dimapankan dalam pengertian versi Marx, sains ditolak dan dijauhkan dari lingkup ideologi. Definisi lama menyebut sains adalah bagian dari ideologi. Dalam ilmu imagologi,

definisi ideologi merujuk pada definisi versi sebelum Marx sebagaimana diutarakan McLuhan.

Raymond Aron (1905–1983) mendefinisikan ideologi dalam dua model. Pertama, ideologi merupakan sistem global penafsiran dan tindakan. Kedua, ideologi adalah agama sekuler seperti nasionalisme dan sosialisme (Haryatmoko, 2003: 13). Ideologi sebagai sistem global penafsiran dan tindakan selalu berhubungan dengan produksi simbol-simbol sebagai sarana atas suatu tafsir agar tindakan dimengerti orang lain dan orang lain dapat bertindak sebagaimana diinginkan ideologi. Proses produksi dalam *galaxy guttenberg* sangat memungkinkan ideologi menjajakan tafsirnya secara lebih luas. Di titik ini, simbol menjadi sangat penting artinya bagi ideologi. Rajutan sistem simbol ini yang kelak akan membentuk imagologi.

Pasca-budaya cetak, seiring mewabahnya teknologi dan dunia komputasi, memasuki era digitalisasi, menyebabkan budaya cetak perlahan tapi pasti tertelan budaya digital. Cara tersebut mempercepat inkubasi budaya digital sampai virusnya menyebar di seluruh lini dunia modern hingga membidani jagat simbol baru: imagologi. Jagat simbol, rajutan sistem simbol dalam budaya digital, dan *galaxy guttenberg* melahirkan imagologi sebagai sebuah kompleksitas sistem simbol dan sistem imajinasi menjadi teks. Imagologi semakin terasa kental bermain dalam dunia digital, teknologi yang hasilnya bisa dilihat pada budaya populer dan pola konsumsi, produk-produk kontemporer, sampai komunikasi modern yang menjadi ruang-ruang kehadiran imagologi.

Pengenalan keberadaan imagologi dibutuhkan lebih banyak aktivitas pengamatan. Tidak cukup dengan mengandalkan mata sekadar menyimak deretan huruf. Pengamatan diperlukan agar lebih jeli melihat fenomena aktual masyarakat beserta budaya yang melingkupinya. Bentuk fenomena tersebut berupa jaring-jaring dunia digital, peran layar-layar, baik layar sebagai medium maupun layar

sebagai tujuan. Jika sekadar menyimak deretan huruf, imagologi sebagai realitas masa kontemporer sukar untuk terlihat. Demikian pula orang awam atau intelektual yang hanya berkutat dari satu buku ke buku atau dari teori ke teori tanpa melihat realitas akan kesulitan menemukan "realitas" bernama "imagologi" di dunia nyata.

Di ranah kebudayaan, untuk menemukan realitas imagologi diperlukan langkah pengamatan pada segala macam cara hidup masa kini, dari cara berpakaian, jenis model baju, tatanan rambut, gaya bicara, sampai produk yang ada di etalase dapur seseorang. Dari sekian orang yang diamati, dari beragam jenis-jenis produk dan barang-barang yang dikonsumsi akan menunjukkan keseragaman pola (konsumsi) meskipun realitas permukaan bentuk produk beragam, polanya tetap sama: pola imagologian. Orang-orang yang berjuta jenisnya itu ketika menenteng produk merek tertentu, habitus mereka, sikap, dan gaya yang khas ditambah dandanan, gestur yang ditampakkan oleh sejuta orang tersebut bersifat seragam, menunjukkan sebuah rekam pola yang sama, yakni kehendak untuk tampil dengan memberi "pesan" tertentu (impresi). Dalam bahasa Pierre Bourdieu (2004: 106–107), pola habitus semacam itu merupakan solusi dan sebuah perimbangan dari kecepatan produksi untuk kemudian segera dikonsumsi. Konsumsi dilakukan dalam suatu sistem pembedaan cara berkonsumsi yang bertujuan untuk menciptakan *distinction,* perbedaan kelas, dan perbedaan identitas melalui pilihan konsumsi dan habitus yang diimpresikan.

Muncul pertanyaan mengapa perlu distingsi dalam konsumsi untuk membedakan kelas dan membentuk struktur sosial? Jawaban pertanyaan itu ditemukan dalam pendekatan yang dipakai oleh Baudrillard (1929–2007) dan Foucault, yaitu ketika produksi-produksi berlimpah diperlukan propaganda pelepasan hasrat secara besar-besaran pula agar semua orang mau menelan segala hasil produksi yang berlimpah itu. Keberhasilan propaganda hasrat menjadikan distingsi

sebagai suatu keharusan, minimal pilihan dalam kerangka membentuk kelas sosial tertentu. Propaganda bertindak memainkan simbol dan imajinasi tertentu menjadi teks. Dengan mengonsumsi produk X yang bermerek, identitas diri akan terbentuk, membedakan kelas dan status diri dari orang lain yang mengonsumsi produk serupa tanpa merek terkenal.

Distingsi tidak hadir dengan sendirinya atau semata-mata karena politik kekuasaan kelas sosial. Namun, distingsi hadir sebagai buah kreasi imagologi dalam bentuk paling sederhana (propaganda) yang memainkan imajinasi pelaku dan agen sosial bahwa pemilik produk tertentu akan menghasilkan kesan tertentu bagi subjek lain. Seseorang yang makan di resto mewah, berpakaian baju merek papan atas, bersepatu mahal, dan berkendaraan mewah tentu akan menimbulkan impresi bahwa orang tersebut seorang eksekutif. Sebaliknya, ketika seseorang hanya mengenakan baju sederhana tanpa akseseori duduk di emper toko dengan gestur dan habitus yang sederhana pula, akan memberikan impresi bahwa orang tersebut adalah orang sederhana dari kelas dan status sosial yang biasa saja.

Imagologi memainkan mesin imajinasi-imajinasi yang memicu hasrat berkonsumsi secara terus-menerus, seolah imagologian mampu memahami kemauan masyarakat. Demi mengidentikkan diri dengan impresi yang dikehendaki, asumsi-asumsi imagologian dibuat dalam rangka melepaskan hasrat agar konsumsi dilakukan, agar distingsi terbentuk, agar pesan-pesan pribadi bisa sampai kepada orang lain, agar identitas dapat ditegaskan, dan agar sesuai dengan apa yang diasumsikan medium. Misalnya, seseorang mengimajinasikan dirinya sekelas tokoh besar. Maka, gaya konsumsi dan tatanan habitus seorang tokoh besar diduplikasi dengan harapan subjek lain orang lain akan berimajinasi sama bahwa ia sekelas dengan tokoh papan atas yang diduplikasi. Gaya konsumsi sang tokoh diperoleh lewat

medium-medium yang menawarkan suatu gaya yang diidentikkan sebagai gaya sang tokoh besar. Sebenarnya, sang peniru bukan sedang menirukan gaya sang tokoh, melainkan menduplikasi imagologi yang ditampilkan sang tokoh. Mekanisme semantik dalam tubuh imagologi menautkan imajinasi bahwa logo CK (merek Clark Kevin) biasa dipakai selebriti papan atas, memakai baju berlogo CK berarti membangun imajinatif ala selebriti. Tanpa imajinasi, duplikasi dan mekanisme semantik tidak tercipta; dan tanpa imajinasi pula, tidak dapat dipahami bagaimana menduplikasi orang-orang yang berada pada suatu kelas sosial berdasarkan konsumsi-konsumsi mereka. Simbol yang diduplikasi adalah simbol-simbol yang biasa dipakai oleh kelas yang ditiru. Imagologilah yang menjadikan seseorang dapat melakukan distingsi dalam berkonsumsi sekaligus dapat menduplikasi habitus-habitus.

Masyarakat modern disusun dalam tatanan manipulasi tanda dan berada di bawah kekuasaan logika siginifikansi, analisis kode, dan sistem simbol (Baudrillard,1970: 16). Pada konteks tersebut, masyarakat mengandaikan semua manipulasi tanda mengunakan struktur imagologi agar segala yang ditampakkan dalam medium terlihat bagaikan realitas baru yang melampaui kenyataan diri aktualnya. Di ranah imagologi keagamaan, logika signifikansi diperlihatkan oleh sang pelaku imagologi pada gaya artikulasi pengucapan kata-kata agama (*gestur*), sikap mental (*duplikasi* habitus), bahkan bentuk tren pakaian (mekanisme peniruan dan ikonitas). Ekspresi fisikal dari gestur, sikap mental, dan ikonitas merupakan salah satu fenomena dari ekspresi analisis simbol dan sistem kode. Dengan gestur, duplikasi, *semblance*, dan ikonitas tertentu berarti telah dapat menempatkan keberadaan diri pada kelas tertentu sembari menyampaikan pesan (impresi) tertentu.

Mudah menemukan jenis wacana yang bertitik tekan pada salah satu isu religius dalam derajat tertentu hanya dengan memerhatikan

simbol atau sistem kode yang dipakai (ikon, gestur, habitus). Misalnya, jenggot panjang dan berserban, gestur kearaban, menunjukkan Islam X, sedangkan ikonitas kopiah dan sarung menunjukkan Islam Y. Setiap ikon dan gestur yang dipilih menitikberatkan pada pesan dan identitas tertentu. Identitas yang dipertunjukkan berarti pemberian pesan. Ikon dan gestur tidak dipilih secara acak, arbitrer, namun ada alasan yang menyebabkan dipilihnya ikon dan gestur tersebut sebagai penunjuk identitas yang dikehendaki. Simbol tidak bersifat arbitrer.

B. Etimologi Imagologi

Sebagaimana disebut pada bagian terdahulu, berdasarkan pertimbangan etimologis, imagologi berasal dari dua kata: *imago* (bayangan, imaji) dan *logi* (pikiran). *Imago* merupakan gradasi bahasa dari kata *imaji* atau *image* yang dalam Yunani *imago* berarti tiruan (Bagus, 2005: 316). *Image* juga diartikan sama dengan *phantasma* (dalam sistem filsafat Plato). Menurut Francis Bacon dan Thomas Hobbes, *phantasma* ialah imaji. *Imago* atau imaji adalah transformasi dari imajinasi. Sedangkan, kata *logi* berakar pada kata *logos* yang berarti ucapan, pembicaraan, pikiran, akal budi, kata, arti studi tentang, pertimbangan tentang, ilmu pengetahuan tentang, alasan pokok mengapa suatu hal adalah apa adanya (Bagus, 2005: 544). *Logos* ialah kata yang mempunyai arti. Imagologi adalah gabungan antara gambar dan kata. Imagologi sama dengan gambar-kata sebagai peniruan realitas.

Di masa Plato, realitas seringkali ditiru dan ditampilkan dalam bentuk rekayasa, terutama oleh kaum Sophist. Penampakan realitas yang ditampilkan kaum Sophist dianggap Plato bukan sebagai realitas sesungguhnya, melainkan imitasi dan peniruan tidak sempurna dari realitas sebenarnya. Kaum Sophist menggunakan pencitraan-pencitraan dalam menampakan realitas. Citra disebut *eidolon* oleh Plato, dibagi menjadi dua definisi. Pertama, *eidolon* sebagai sesuatu yang menyerupai

aslinya, replika dari yang orisinal. Prinsip ini disebut keserupaan atau *eikon*. Kedua, *eidolon* sebagai peniruan yang tidak sepenuhnya dari yang orisinal, tetapi melibatkan elemen penipuan atau ilusif, *image*, atau sesuatu yang diserupakan dengan hal yang hendak ditampakkan. Citra dalam dua definisi semacam itu merupakan realitas tingkat rendah, penampakan kenyataan dalam kualitas yang rendah, bersifat khayalan (*phantom*) atau maya (*virtual*) yang disebut dengan *semblance* atau kemiripan (proses pengidentikkan) (Pilliang, 2005: 383 dan Comford, 2003: 193).

Dalam konteks modernitas, kehadiran *semblance* (sesuatu yang dimiripkan, diserupakan, diidentikkan) dilakukan oleh medium-medium, menjadikan imagologi tampak hidup karena memainkan imajinasi dan pengetahuan publik lewat jaringan teknosistem global, atau yang biasa dikenal dengan bahasa sederhana: *cyberspace*. Dengan meminjam pendapat Mark Slouka (1999: 14), dunia *cyberspace* didefinisikan sebagai halusinasi yang dialami oleh jutaan orang setiap hari berupa representasi grafis yang sangat kompleks. Dunia *cyberspace* bukan hanya internet. Internet hanya bagian dari *cyberspace*. Dunia *cyberspace* secara luas meliputi semua moda virtual dan kehadiran layar-layar yang menggantikan dunia cetak ke dunia digital. *Cyberspace* berarti segala hal-hal yang menghasilkan tulisan, gambar, dan suara ketika ditangkap sensor indra manusia (Alisjahbana, *www. indonesia. com/elektro/utama6.html*, last akses tanggal 27 Juli, 2009).

Segala macam produk media massa cetak tidak dapat dikatakan sebagai hasil budaya cetak yang mandiri. Komputerisasi dan digitalisasi industri telah menyatukan budaya cetak dalam dekapan dunia serba-digital grafis komputer. Semua layar, medium, menjadikan imagologi menemukan tempat inkubasi sampai merambah dunia religi—agama yang saat ini, sukarela atau terpaksa, alami atau rekayasa,

ikut menggunakan kehadiran dunia *cyberspace*—ke dunia digital sebagai ajang komunikasinya.

Imagologi tidak bisa dibatasi pada pemaknaan sebagai citra atau pembentukan citra. Imagologi tidak sama dengan citra. Menurut definisi Mark Slouka, imagologi merupakan sistem produksi halusinasi yang dipercaya sebagai sistem pengetahuan publik yang berderajat pengetahuan *common sense.* Secara mekanis, imagologi dibangun lewat aksi-pasi dan relasi dari setiap rajutan simbol ditambah pemanfaatan daya imajinasi. Segala hal yang disentuh daya imajinasi, semua bahan (teks, ikon,) dapat akan dijadikan material tipuan, ilusif, dan dapat menyerupakannya dengan hal yang hendak ditampakkannya itu. Imagologi melibatkan ruang yang leluasa untuk membentuk elemen-elemen ilusif, menggunakan ruang produksi dan penciptaan jagat simbol sebagai aktus-aktus ilusif demi menghasilkan *potentia* realitas yang disesuaikan dengan kondisi, aksi, gerak, dan relasi tertentu. *Actus* adalah tindakan, sedangkan *potentia* adalah benih yang berada dalam kemungkinan berdasarkan kemampuan (Siswanto, 1995: 26).

Produksi bukanlah sekadar membuat barang material, melainkan membuat sesuatu menjadi kasat mata, membuat sesuatu menjadi tampil ke permukaan (*pro-ducere*). Produksi berarti mengubah sesuatu menjadi bagian dari tatanan lain (Baudrillard,1987: 18). Produksi imagologisme kedermawanan seorang koruptor akan menggunakan aksi, gerak (pasi), dan relasi yang ada dalam pengetahuan keagamaan untuk menyebut aktus seorang dermawan yang korup atau koruptor yang dermawan sebagai istilah yang absurd, tidak jelas posisi dan statusnya. *Potentia* yang akan terbentuk dihadapkan pada dua pilihan (positif atau negatif) tergantung pada kondisi (kategori) yang dibutuhkan (ingat syarat kategori reduksi, pen).

Contoh lain ialah imagologi yang beroperasi pada penggubahan makna kata “jihad dan Islam”. Di satu sisi, potensi yang dimunculkan

dari kata "jihad Islam"—dengan menggunakan aksi, gerak dan relasi sesuai kebutuhan (*interest*)—adalah tampilnya wajah Islam melalui doktrin jihad yang diartikan sebagai panggilan suci demi menegakkan agama yang sedang teraniaya secara ideologis dan mengader para penebar teror, relawan bom bunuh diri. Sisi lainnya, dapat ditampilkan definisi "jihad-Islam" sebagai agama yang pantang menyerah menghadapi kesulitan dan selalu sigap menghadapi kekritisan lewat karena definisi jihad ialah *jihadun nafs,* jihad melawan kemiskinan, keterbelakangan, atau jihad lingkungan. Ulasan pada contoh jenis definisi itu dapat diketemukan dalam imagologi jihad di program *'ihad dan Kehidupan* RCTI yang ditayangkan usai berita siang sekitar bulan Juni-Juli 2009 dan semua stasiun teve pasca peledakan bom Kuningan-Syailendra. Tujuan imagologi jenis kedua ini agar orang tidak tertarik menggunakan alternatif pemaknaan jenis yang pertama. Imagologi dapat terlihat sebagai sebuah metode massa sesudah tercipta kebenaran yang *common sense*.

1. Posisi Simbol dalam Imagologi Religiusitas

Suku cadang produksi yang dimainkan imogologian ialah simbol. Pemakaian simbol terdapat dalam pandangan hidup berbagai masyarakat, dari yang modern sampai tradisional, adanya perbedaan bentuk simbol di setiap masyarakat hanya ada di tingkat sistem tanda. Perbedaan tersebut menguatkan karakter sifat manusia sebagai *animal symbolicum.* Terdapat faktor pembeda pemakaian simbol di tingkat sistem tanda, yaitu asumi-asumsi dasar penyusunan simbol.

Asumsi itu antara lain yang berangkat dari kesadaran kosmis, kesadaran metafisik, dan tradisi. Kesadaran kosmis merupakan wujud-wujud pemakaian akal—yang menurut istilah Levi Strauss disebut sebagai "nalar"—manusia dalam berhubungan dengan alam sekitarnya. Kesadaran kosmis dipakai untuk menerangkan

hal-hal yang tidak dapat dipahami oleh nalar manusia, sedangkan keberadaan kelompok manusia menuntut terjelaskannya hubungan manusia dengan alam sekitarnya sehingga dipakailah asumsi kesadaran kosmis untuk menjelaskan. Misalnya, menjelaskan rantai kelahiran-kematian, rantai baik-buruk. Dalam menjelaskan hal-hal yang hendak dipahami, nalar tak ubahnya bertindak sebagai logika (Putra, 2006: 75). Nalar merupakan sebuah konstruksi pemahaman manusia mengenai keberadaan dirinya (*human mind*) terhadap orang lain, alam, lingkungan, dan hal-hal yang tidak dapat dipahami secara utuh.

Asumsi dasar manusia diwujudkan dalam berbagai aktivitas kehidupan sehari-hari melalui penggunaan simbol yang menggambarkan bagaimana kesadaran nalar bekerja. Asumsi lainnya adalah adanya kesadaran yang mempertautkan suatu objek, benda sebagai penanda bagi sebentuk hubungan tertentu. Misalnya, menyadari keberadaan lingkungan sekitar, keadaan diri individual dan kelompoknya, menyadari bagaimana semua proses kehidupan itu bermula lalu akan berakhir kemana. Pada masa tertentu, hanya alamlah yang menjadi satu-satunya sumber informasi yang mampu menjawab segala fenomena yang dipersepsi manusia, misalnya gejala alam akan dipahami sebagai kekuatan-kekuatan yang menyebabkan munculnya semua kehidupan.

Berbagai bentuk alam yang dinalar manusia memiliki makna dan kekuatan, kemudian ditransformasikan sedemikan rupa menjadi pamahaman nalar yang lebih konstruktif (mesti bernuansa imajinatif) dalam bentuk mitos sehingga dapat dipahami orang lain di suatu masa. Mitos merupakan sarana atau media menjelaskan sesuatu pertanyaan jati diri manusia. Mitos mampu memberikan informasi dan pesan pada orang lain satu generasi atau antar-generasi dengan cara mengaitkan mitos pada kebiasaan alamiah manusia. Contoh proses itu dapat diketemukan dalam penjelasan yang disampaikan Ahimsa Putra (2006: 80) pemahaman kawin dan berketurunan, memberi kesadaran bahwa

alam sekitar pun mengalami proses serupa dan terjadi pengidentifikasian benda-benda alam dikelompokkan menjadi pria dan wanita, matahari dipersonifikasi sebagai pria, dan bumi identik dengan wanita.

Penggunaan simbol dikaitkan dengan dua kebutuhan dasar manusia, yakni kebutuhan berkelompok yang membentuk simbol publik (simbol yang dimiliki, diakui kelompok) dan kebutuhan perseorangan yang membentuk simbol personal (indentitas individual). Mitos mengembangkan suatu kesadaran kelompok bahwa simbol-simbol dapat direduksikan menjadi unit-unit kecil sesuai nalar lokal masing-masing, sesuai pada kebutuhan tempat simbol itu diperlukan (*field*). Kebutuhan kelompok tersebut dapat dilihat pada fenomenologi religius di sejumlah sistem religi yang susunan simbolnya selalu mengarah ke bentuk simbol-simbol yang dipakai secara umum oleh anggota kelompok dalam suatu ritual atau acara tertentu (simbol publik). Simbol-simbol publik ini juga digunakan oleh orang per orang dalam suatu komunitas yang membedakan satu identitas/kelas dengan identitas/kelas lainnya. Pemakaian simbol identitas itu dilakukan baik dalam penentuan tingkatan sosial. Ekspresi religius seorang pemeluk merupakan contoh simbol personal. Dapat disimpulkan bahwa simbol terkategori menjadi dua bentuk, yakni simbol personal dan simbol kelompok (simbol publik).

Pertama, simbol personal, yaitu simbol yang digunakan secara perorangan yang memiliki makna tertentu dalam struktur sosial atau struktur religius. Simbolisasi pengukuhan identitas diri tecermin dalam upacara inisiasi pada beberapa sistem religi, sebut saja religi masyarakat Papua dan Jawa. Pola inisiasi merupakan pengukuhan identitas individual sebagai bagian dari pengidentifikasian eksistensi personal yang baru, tapi berbalut pengetahuan mitologis melalui simbol-simbol yang menunjukkan kesadaran kosmisnya. Eksistensi tertinggi yang berusaha dicapai eksistensi personal pengakuan tertinggi

yang dalam disebut secara berbeda-beda, misalnya *Anim-ha* (sistem religi Papua), *Insan kamil* (Islam), manusia seutuhnya (Pancasila), dan *ksatriya-pinandhita* (Jawa). Sebutan-sebutan tersebut merupakan sebuah persona diri utuh yang dapat diartikan sebagai pengesahan aktualitas diri yang identik-simbolis dengan personifikasi kuasa pencipta, penata alam, atau yang berhubungan langsung dengan penyebab pertama adanya makhluk-makhluk. Bagi sebagian orang (Jawa, misalnya) eksistensi individual telah mulai dimunculkan ketika anak laki-laki dianggap telah dapat mewakili bapaknya di acara *selametan* (sistem simbol). *Selametan* adalah sebuah upacara pemberian berkah keselamatan bagi semua penduduk.

Simbol personal juga terlihat pada atribut pakaian yang melekati anggota kelompok yang menandakan kebutuhan tingkat pengakuan. Berkat adanya simbol, eksistensi seseorang dapat diukur. Semakin dihargai atau dianggap penting, pemilik simbol semakin berbahagia. Mentalitas dan kesadarannya seolah-olah menemukan jati diri sebenarnya. Tanda pengakuan eksistensi yang kokoh tecermin dalam penggunaan simbol kebesaran pada berbagai bentuk busana, atribut, pemakaian manik-manik, dan hiasan tubuh, dalam jumlah tertentu. Keberhasilan mengayau ditandai dengan hiasan tertentu serta berlanjut pada pengakuan eksistensi yang semakin tinggi. Eksistensi sebagai *pinandhita* atau *ksatria* ditandai oleh *ageman*, pakaian bersimbol tertentu. Pengakuan eksistensi indvidu dalam kelompok menjadi kebutuhan nirsadar para anggota kelompok. Tanpa pengakuan dari kelompok, berarti mengeliminasi keberadaan individu dari eksistensi kelompok, eksistensi diri ditolak atau tidak dihargai. Kondisi penolakan atau tidak dihargai merupakan penderitaan, pengucilan oleh anggota kelompok yang akan mendatangkan kerusakan psikis. Kondisi semacam itu digambarkan oleh Levi Strauss (1997: 73) sebagai sebab lenyapnya kepribadian sosial seseorang meskipun secara fisis integritasnya masih utuh.

Penghargaan terhadap prestasi individu (seperti keberhasilan mengayau, keberhasilan bertapa) meniscayakan penghargaan kelompok. Perilaku yang berkebalikan dari itu semua disebut memalukan, dianggap menyurutkan eksistensi kelompok di mata kelompok lain. Simbol menjadi penanda eksistensi diri seperti sebuah penghargaan yang menyertai keseharian mereka. Eksistensi itu merupakan fase-fase eksistensial subjektif dalam kerangka eksistensialisme Kierkegaard, yakni tahap menuju kesadaran bahwa ia adalah seorang manusia yang harus eksis. Kesadaran semacam itu ibarat sebuah usaha untuk meninggalkan yang fisis menuju yang abstrak. Misalnya, simbol kepemilikan senjata pusaka atau kasekten bagi raja.

Dalam pandangan Vincent Martin (2003: 11–16), simbol berkaitan dengan tuntutan pemakaian sikap etik ketika berhubungan dengan person lain yang eksis, baik demi pemenuhan kekuasan ataupun dalam bentuk membuat pilihan untuk menentukan suatu tujuan.

Eksistensi yang tinggi membawa kekuatan tertentu yang akan bermuara pada kepemimpinan di pusat-pusat kekuasaan. Semakin *digdaya kasekten* seorang raja, semakin luas pancaran kuasanya hingga ke daerah-daerah. Franz Magnes (2001) membuat perumpamaan berupa cahaya lampu dan sumber lampu. Semakin jauh dari pusat cahaya, cahaya akan meredup dan hilang; semakin dekat dengan posisi kekuatan, semakin kuat pancaran cahayanya. Cahaya itu memberikan berbagai kemakmuran orang-orang yang ada dalam naungan penguasaannya. Peneguhan keluasan cahaya berbalut simbol-simbol, dari aneka simbol *ageman*, pusaka, sampai perilaku sang raja. Raja beserta semua simbol yang melingkupinya membentuk realitas imagologi bagi rakyatnya yang menghadirkan perlokusi gambaran imajinatif dan kepercayaan tertentu di benak masyarakat.

Kedua, simbol publik ialah pemakaian simbol-simbol yang digunakan secara umum yang disepakati sebagai pemegang makna

tertentu. Konsepsi eksistensi diakui dalam kehidupan sehari-hari berwujud penandaan sistem simbol non struktural. Simbol publik berkait dengan sistem identitas sosial di kesatuan masyarakat yang lebih besar. Eksistensi manusia sebagai pusat kuasa kebendaan mendapatkan tempat khusus dalam terminologi filosofis Jean Paul Sartre. Menurut Sartre, dunia di bawah manusia sekadar ada, sedangkan manusia menciptakan keberadaan dirinya (Martin, 2003: 31).

Manusia membuat asosiasi diri dan kelompoknya pada suatu benda yang dianggap manifestasi kuasa yang lebih kuat, kekuatan yang mencipta dan menata kehidupan manusia beserta lingkungan hidupnya. Asosiasi ini juga merupakan kesadaran kosmis, melalui kesadaran metafisis pada berbagai benda yang dijadikan simbol, yang diakui bersama anggota kelompok sendiri dan diakui oleh kelompok lainnya pula. Contohnya, asosiasi simbol publik suku Geb-ze di Papua pada pohon kelapa yang menjadi personifikasi eksistensi kuasa kosmis bagi sukunya (totem). Bagi suku lain eksistensi "personmagi" diasosiasikan kepada burung kasuari, buaya, hewan tertentu, atau benda tertentu. *Surface religious*-nya atau pola keagamaan yang tampak di permukaan tidak lain berupa fenomena "penyembahan" pohon atau hewan tertentu.

Untuk menunjukkan keberadaan diri, dibentuk sistem penanda bagi eksisnya personalitas. Manusia memiliki kebebasan menentukan dirinya menjadi apa saja, benda-benda maupun nilai-nilai untuk dirinya sendiri. Pada masyarakat religi dan sistem kepercayaan, pengetahuan keagamaan dipakai untuk menyusun, membentuk hakikatnya, setiap orang religius berusaha menciptakan dirinya. Penandaan diri yang berbeda dengan diri lain dan berbeda dari eksisten lain (*distinction*) merupakan sebuah capaian gemilang dalam kondisi serba-sederhana dan nalar rasional yang masih dalam tahap tumbuh (mitologi).

Kehadiran peran simbol publik lain yang disepakati bersama dalam kelompok, misalnya aturan-aturan yang disimbolkan ketika meminta pengembalian "kehormatan" melalui sistem mengayau, sistem hukuman setimpal, sistem jihad (dalam pandangan tekstual), dan *hudud* (hukuman terhadap kejahatan secara berimbang). Secara tidak langsung, menyiratkan adanya dorongan untuk menciptakan suasana damai, terjaga "keharmonisan" antara pengakuan anggota kelompok dan pengakuan dari kelompok. Bagi masyarakat Papua, mengayau (berburu kepala manusia) adalah cara untuk menegakkan kehormatan suku, sebuah sistem simbol yang hidup. Keberhasilan mengayau menentukan kehormatan keluarga dan klan. Keberhasilan mengayau berarti mengembalikan kehormatan yang dicuri oleh orang lain. Jika tidak berhasil, klan dianggap memiliki utang dan dosa yang belum tertebus. Mengayau jadi penanda eksistensi kelompok, pengakuan keberadaan kolektif suatu klan atau keluarga.

Simbol yang digelorakan dalam makna *Jihad fi sabilillah* boleh jadi dianggap mengembalikan eksistensi religius, penanda eksistensi keislaman kelompok. Tanpa jihad, kehormatan Islam yang dianggap terkoyak oleh pihak lain merupakan ancaman terhadap eksistensi Islam secara keseluruhan. Maka, tanpa jihad, dianggap mustahil menunjukkan eksistensi kolektif secara utuh. Kehormatan berkorban dalam jihad dipilih sebagai penanda eksistensi.

Simbol tidak hanya berkait eksistensi suatu objek yang diwakili, namun hampir segala hal telah disusupi simbol-simbol hingga terangkum menjadi dunia simbolik tidak terkecuali makanan manusia juga sarat sistem simbol. Misalnya, larangan memakan jenis tertentu yang dianggap memiliki dampak tertentu, obesitas, menurunkan kecantikan, dan sebaliknya mengonsumsi makanan minuman mewah yang menjadi simbol prestise, melambangkan kelas sosial, jadilah makanan dalam simbolisasinya sebagai aplikasi *social distinction*

(pembeda kelas sosial). Konsumsi martini di suasana remang restoran exlusif disanding musik dan menu serba-Eropa menegaskan suatu kesan kelas tertetu. Segala benda yang ada di atas meja makan sampai dengan *table manner* melambangkan simbol-simbol sosial tertentu. Nun jauh di bagian masyarakat tertentu makanan, bahkan berkaitan dengan sistem simbol-simbol yang lebih luas tidak hanya relasi dan kelas sosial, namun simbolisasi dalam makanan juga berkaitan dengan sistem kepercayaan. Misalnya, jenis pohon sagu atau hewan tertentu (yang kadang dijadikan makanan) ada yang dianggap sebagai simbol "personmagi" kelompok, misalnya pohon Kemit, pohon yang disimbolkan sebagai jalan kembalinya eksistensi non-fisis, arwah anggota kelompok yang sudah meninggal. Maka, pohon ini sangat dihormati.

Musik, bentuk baju, aksesori baju, dan benda yang dipakai ditubuh sebagai aksesoris membentuk simbol dalam tatanan sosial tertentu. Kalimat-kalimat sapaan dan basa-basi di sekolah, di kantor antara teman atau antar-ibu-ibu arisan semua adalah bentuk-bentuk nyata dari dunia simbol-simbol. Tidak ada realitas yang lepas dari simbolisasi. Bentuk dan benda-benda langit direduksi menjadi simbol-simbol tertentu oleh berbagai macam peradaban. Kesadaran kosmologis tentang benda-benda yang tak bisa dicermati secara utuh, seperti gunung, matahari, bulan, dan bumi pun diasosiasikan pada hal-hal tertentu yang dikaitkan proses kelahiran atau proses penciptaan atau kematian. Planet Mars menjadi simbol pria, Venus simbol wanita, matahari, bulan, planet, dan rasi bintang, semua simbol. Simbol "ruh jahat" mewakili segala hal yang tidak disukai, kematian dianggap datang dari dunia "sana" tempat asal ruh jahat, apalagi jika orang sehat bugar tiba-tiba mati. Hal-hal jahat diimagikan, diasosiasikan pada benda-benda tertentu, seperti kembang, kemenyan, dan boneka jerami, disimbolkan oleh warna hitam, dengan *stereotype* muka buruk, penampilan seram, dan tingkah laku yang aneh. Tidak terkecuali hewan semacam kelabang dan kalajengking pun menjadi

simbol imajinal sesuatu yang buruk dan hal yang tidak disukai oleh kesadaran kolektif.

Tidak semua simbol yang dipakai secara kolektif atau imajinasi asosiatif terhadap ruh-ruh jahat selalu menyiratkan makna simbolik yang sama. Pilihan bentuk simbol yang sama tergantung pada bagaimana imajinasinya dibangun saat menyusun sistem simbol yang mengacu pengukuhan kepercayaan, sistem religinya. Sistem simbol terdapat di berbagai kebudayaan, berlaku universal (*genus*), tetapi bentuk simbol yang dipakai menunjukkan keragaman yang satu sama lain bersifat khas (*species*).

Prasyarat bagi terciptanya pengakuan eksistensi sistem simbol adalah adanya suatu nalar yang menerima berbagai sistem tanda yang diberlakukan dalam hubungan tertentu. Nalar yang dibutuhkan adalah nalar pertama dalam bentuk kesadaran-kesadaran kosmologis: bahwa manusia tidak ada dengan sendirinya, tetapi dicipta. Akibat penciptaan itu, mereka diminta untuk menemukan jalan kembali, jalan persatuan antara pencipta dan yang dicipta. Dalam realitas sosial, simbol penyatuan dan penciptaan ini direpresentasi oleh simbol yang tecermin pada pemahaman atas konsepsi kekuasan dan raja-raja atau orang suci (wakil Tuhan). Raja adalah simbol perwujudan dewata, Wisnu di muka bumi, berhak memerintah karena alam adalah milik para dewata, dikendalikan melalui kekuatan adikodrati. Rangkaian pemahaman ini sudah terkodifikasi dalam berbagai bentuk rekaman pesan simbolik yang disampaikan secara turun-temurun melalui mitos *danyang* penghuni/pemimpin manusia pertama, seperti *to-manurung* (Bugis), *Anim-ha* (Papua), Semar (Jawa), dan sebagainya. Simbol-simbol dalam sosial politik kepemimpinan berkembang sedemikian rupa dalam berbagai kemasan kisah yang merepresentasi simbol-simbol sekaligus menjadi pelegitimasi makna simbol tersebut, seperti simbol proposisi *manunggaling kawula gusti.*

Konsep *manunggaling kawulo gusti* dalam konstruksi religius menunjukkan kesadaran relasi kepemimpinan dan yang dipimpin, atau antara pencipta dan yang dicipta. Relasi atau hubungan di antara dua kelompok tersebut, pemimpin dan yang dipimpin, harus berbentuk relasi yang "manunggal", ini merupakan pembakuan hubungan secara simbolik yang telah berusia ratusan tahun. Seolah-olah, relasi yang tidak manunggal merupakan relasi yang tidak absah, kurang afdhol. Pemimpin dan penguasa yang disimbolkan sebagai dewata darah dan keturunannya suci bagaikan titisan dewata. Dewata adalah kesucian, kelompok manusia yang sanggup mengidiosinkratik dirinya dengan dewata merekalah manusia-manusia yang layak diberi hormat. Lawannya adalah setan atau ruh jahat yang berati kotor, hitam, dan jahat. Manusia yang idiosinkratik dengan setan dan ruh jahat harus dijauhi atau bila perlu dilenyapkan. Maka, orang yang mampu menguasai persepsi pembentukan simbol, merekalah para pemegang kekuasaan dan penentu jalannya sejarah. Keberhasilan melekatkan simbol jahat dan hitam pada suatu kelompok masyarakat akan mengabsahkan segala tindakan yang berusaha melenyapkan dan mendiskreditkan kelompok tersebut. *Genocide* dan intimidasi menjadi boleh dan wajar dilakukan. Seperti itulah yang terjadi dalam kuasa simbol medium yang membuat negara adikuasa dapat menjatuhkan tangan besi pada kelompk negara yang distempel simbol teroris.

Secara lebih detail, dalam masyarakat Jawa, misalnya, pusat kehidupan disimbolkan kepada mandala keraton. Simbolisasi ini berhasil melegitimasi pemahaman yang menyatakan bahwa kekuasaan dan kehidupan teratur dalam naungan suatu kepemimpinan (keraton) adalah hal penting. Acara tradisional, seperti *selametan*, merupakan simbol kolektif yang kompleks untuk menyatakan pengakuan eksistensi identitas magis, bahwa ada pertautan manusia dengan kekuatan lain yang sulit dibangun, tapi harus dibina. *Selametan* juga memberikan legitimasi simbolik terhadap konsep bahwa partisipasi dalam acara

kelompok adalah penanda eksistensi individu di lingkup kelompoknya atau orang lain. Partisipasi ini bertujuan membentuk relasi harmonis antara individu terhadap kelompok, individu terhadap individu lain, serta tercipta harmoni antara individu dan dunia numinus.

Orang yang tidak berhubungan dengan orang lain sulit menentukan keberadaan dirinya. Oleh karenanya, pandangan hidup Jawa memberikan arahan agar meniadakan Ego (kemutlakan identitas diri) sebagai suatu strategi simbolik untuk menghilangkan eksistensi diri berupa pemenuhan kebutuhan diri dan Ego mendapat pengakuan orang lain. Pengakuan dari kelompok tidak dapat dipaksakan. Pengakuan orang lain tidak berarti memberikan kesempatan untuk melepaskan diri dari ikatan apa pun. Identitas diri berubah cepat, sebagaimana tampak dalam simbol yang diucapkan dalam kata-kata sapaan dan sebutan berbagai tingkat, usia, kedudukan, dan peran sosial. Sikap peniadaan Ego terlegitimasi dalam simbol pemakaian nama individu menjadi tidak penting lagi, berganti menjadi gata ganti orang pertama. Nama diri berubah menjadi kata ganti *kulo* (saya), *dalem* (*saya* di hadapan yang lebih tua, lebih dihormati), dan *ingsun* (saya).

Tahap selanjutnya, muncul simbolisasi untuk melegitimasi pencapaian atribut kesucian diri. Di tingkat praksis sosial berbentuk pengakuan yang lebih tinggi, yang ditandai dengan kemampuan menguasai aspek-aspek mistis, atau bentuk-bentuk aktivitas gnostik. Maka, kata ganti diri pun semakin berubah (*kyai, mbah, mpu*) identias diri lenyap (nama tidak lagi disebut). Kepemilikan senjata pusaka termasuk simbol bahwa si pemilik pusaka memiliki akses ke dunia numinus. Namun, untuk memperoleh pengakuan seperti di atas, pada berbagai praktik kebudayaan justru ditentukan oleh kelompoknya, bukan berdasar pengakuan dirinya.

Pertautan antara pengakuan dan identitas cocok diargumentasikan menggunakan pendekatan fenomenologi Edmund Husserl

(1859–1938). Fenomenologi adalah sesuatu yang muncul dalam kesadaran, selalu menunjuk keluar atau berhubungan dengan realitas di luar pikiran atau kesadaran yang dipandang sebagai kesadaran saja. Maka, pengakuan dari pihak luar itu penting untuk menunjukkan bahwa seseorang bisa menjadi objek kesadaran bagi orang lain, tidak hanya menjadi subjek semata. Akan tetapi, pengakuan dan identitas diri tidak selamanya menjadi penentu pencapaian hakikat kemanusiaan. Setiap pencapaian hakikat kemanusiaan meliputi semua fenomena—sesuatu yang muncul dalam kesadaran—yang bersifat kebetulan atau hanya berhubungan dengan objek indvidual harus disingkirkan dulu, prasangka diletakkan dulu (Siswanto, 1998: 100–101). Masyarakat Jawa menyebutnya sebagai melepaskan diri dari keegoan diri, menjadikan diri sendiri sebagai sentral tujuan.

Prinsip utama penggunaan simbol sebagai sistem hidup dari sisi luar pelaku dikenal sebagai materi penyusun kebudayaan-kebudayaan. Pernyataan semacam ini merupakan argumen yang menempatkan simbol di luar makna strukturalisme yang menganggap simbol selalu bertindak sebagai penanda posisi sosial tertentu. Penggunaan simbol merupakan pernyataan pengetahuan dari nalar dan kesadaran suatu masyarakat atau individu untuk berinteraksi dengan alam sekitarnya atau untuk menandakan keberadaan diri. Simbol dalam fungsi semacam itu bisa ditemukan di semua suku dan kelompok masyarakat. Namun, setiap kelompok masyarakat tidak sama dalam pemakaian suatu jenis simbol, ada yang berlaku umum (genus universum) dan ada yang bersifat multilokal (spesialis). Sifat yang multilokal disebabkan oleh konstruksi pembentuk simbol berbeda atau berlawanan satu sama lain sekalipun di tingkat sistem tanda bersifat sama. Jadi, konstruksi sistem simbol tidak dapat digeneralisasikan ke satu sistem tanda utuh mandiri yang bermakna tunggal (*monoformitas*). Genus universum bersifat equivokal (*multiple meaning*), sedangkan spesialis memiliki sifat univokal. Dalam

definisi Palmer (2005: 47), univokal adalah tanda dengan satu makna yang ditandai, seperti simbol dalam logika simbol.

Paparan tersebut di atas mengingatkan pada analogi yang ditawarkan oleh sistem pendekatan analitika Wittgeinstein II tentang permainan bahasa, bahwa bahasa (dan tanda) memiliki aturan tersendiri yang bermain, berkuasa, dalam satu ruang khusus masing-masing. Sebaliknya, filsuf analitika dan kaum strukturalis yang memberi klausul monofikasi simbol tidak mendapat pijakan, kurang argumentatif. Seperti halnya simbol bagi orang Papua bermakna penunjukkan eksistensi diri (seirama dengan eksistensialisme Jean Paul Sartre [1905–1980] dan Soren Kierkegaard [1813–1855]). Simbol bagi orang Jawa tak ubahnya sistem metafisika Edmund Huserl (1859–1938), menyembunyikan sesuatu yang tidak tampak dari luar. Hanya dengan pandangan bebas prasangka sajalah yang bisa mengurai fenomena untuk berbicara membuka dirinya tanpa bantuan simbol. Manusia di mana pun mereka hidup selalu menggunakan sistem simbol di kehidupannya karena mempertimbangkan eksistensi ataupun pertimbangan komunikasi.

2. Ruang Imagologi dan Imajinasi dalam Imagologi Religiusitas

Rentang perubahan sejarah dunia mengiringi terbentuknya pandangan-pandangan dunia baru, terlebih sains bermain di dalamnya telah melahirkan tiga aspek perubahan: sistem teknologi, pandangan dunia, dan perubahan karakteristik. Tiga aspek perubahan itu membawa akibat penggunaan simbol dan kemunculan sistem-sistem simbol baru, terutama melihat kedudukan teknologi terhadap perubahan sistem simbol. Akan tetapi, teknologi seperti apakah yang membawa perubahan? Teknologi dalam arti luas yang menurut Martin Heidegger (1889–1976) tidak terbatas pada teknologi mutakhir. Teknologi adalah segala bentuk peralatan dari yang paling canggih

sampai paling sederhana, dari silikon sampai kapak batu. Pemikiran Heidegger mengenai keberadaan teknologi terbagi dalam dua fase, *The Question Concerning Technology* yang merupakan pemikiran fase Heidegger II beraspek ontologi teknologi. Fase Heidegger I pada tulisan *Being and Time* memandang teknologi sebagai bagian dari cara penyingkapan ada.

Heidegger menolak batasan esensi teknologi pada pertanyaan *what is*. Teknologi lebih dari esensi fisik, tapi mencari bagaimana "relasi esensial" antara pemakaian term *tekhne* dan "manusia". Teknologi adalah aktivitas manusia untuk mencapai suatu tujuan (*contrivance*). Teknologi merupakan proses aktivitas manusia. Martin Heidegger menyebut teknologi sebagai *instrumentum*, alat, untuk menghadirkan nuansa "antropologi teknologi". Muncul pertanyaan apakah teknologi dianggap sebagai alat saja ataukah teknologilah yang justru membentuk, membatasi, dan mengubah manusia?

Heidegger berpendapat relasi manusia dan teknologilah yang menentukan bagaimana cara memandang teknologi. Alat atau instrumen (teknologi) yang berwujud perangkat sederhana, seperti kerajinan tangan, kapak batu, sampai perangkat modern, merupakan desain yang kompleks, yang dilatari oleh sikap teknologis pula. Eksistensi *instrumentum* "mewajibkan" teknologi menjalani relasi dengan manusia demi suatu tujuan sebagaimana alasan penciptaannya. Tanpa tujuan, instrumen menjadi tidak ada. Tujuan menjadi pusat eksistensi teknologi, apa yang penting bukanlah bentuk-bentuk teknologi, melainkan orientasi manusia terhadapnya. Manusia dapat mengalami teknologi dalam batas-batasnya serta melampaui batas-batas tersebut (Lim, 2008: 41). Dengan demikian, sangat mudah bagi teknologi untuk turut serta membuat perubahan pandangan dunia dalam sistem simbol yang dilahirkan oleh eksistensi teknologi.

Penggunaan teknologi, sebaliknya, mampu merekayasa fakta riil manusia terhadap teknologi yang pada tahap tertentu justru menjadikan manusia terkontrol teknologi. Berkat bantuan perangkat narasi imagologi, manusia dipandu oleh wacana teks, imagologi medium, dan manusia larut di dalamnya sebagai bagian dari realitas teknologi. Tahap praksis teknologi—atau diistilahkan *tekhne*—bukan alat bantu lagi, melainkan berubah menjadi potret diri manusia (eksistensi manusia). Inilah fenomena manusia-teknologi dan teknologi-manusia. Barangkali, hal-hal semacam ini yang menyebabkan kritikus, seperti Joseph C. Pitt (2000: 67) menyatakan pemikiran Heidegger tentang teknologi dan manusia bersifat abstrak. Namun demikian, seberapa pun abstraknya relasi manusia terhadap teknologi atau teknologi terhadap manusia tetap membawa implikasi perubahan simbol dan lahirnya pandangan dunia yang baru.

Perubahan yang muncul dari relasi manusia-teknologi terklasifikasi dalam pandangan dan karakteristik dunia simbolik yang dapat disusun menjadi enam pola, sebagaimana digambarkan Armahedi Mahzar (2004: 261) dalam sketsa tabel Revolusi Intregalistik. Pola pertama, teknologi menjadi *ge-stell* (ruang pembingkaian) untuk menampakkan suatu realitas. Pola pertama ini menyebabkan teknologi memuat ruang ganda sekaligus, yakni selain menampakkan suatu realitas melalui pembingkaian teknologi, teknologi yang tampak juga menyebabkan terjadinya ruang penyembunyian (*aletheia*) atas realitas yang ditampakkan. Misalnya, suatu lembar foto setengah badan, menampakkan suatu realitas wajah yang bersih, jelas, dan fokus, tetapi sekaligus menyembunyikan realitas asli bagian tubuh yang lain yang tidak tampak dalam teknologi foto setengah badan. Istilah yang digunakan Michel Foucault (1926–1984) adalah monstrasi (penyembunyian) dan demonstrasi (penyingkapan kontekstual). Pola ganda hukum monstrasi-demonstrasi menjadi pintu masuk untuk menyusun rekayasa teks dalam narasi medium.

Relasi simbol dan *tekhne* dapat dibagi dalam beberapa tahap pertumbuhan. Tahap awal kelahiran *tekhne* masih berbentuk "komunikasi lisan" yang dengan adanya komunikasi dapat memberikan pandangan dunia pada subjek-subjek yang terlibat dalam komunikasi meskipun simbol yang dipakai dalam berkomunikasi hanya berlangsung pada lapangan mitos sehingga karakteristik simbol yang terbentuk: metaforik asosiatif. Tahap kedua, *tekhne* yang sudah memakai tulisan fonetik menyebabkan lahirnya pandangan dunia melalui kumpulan tulisan-tulisan. Tulisan tentang objek filsafat dan teologi menjadi semakin mudah dikomunikasikan, membentuk pandangan dunia yang kian luas. Simbol dalam tulisan fonetik memiliki karakteristik logis sistematis. Tahap ketiga, *tekhne* mengembangkan tulisan fonetik yang dicetak, mudah digandakan sehingga semua bidang yang menggunakan tulisan dan sistem simbol, seperti filsafat dan teologi berkembang sangat pesat, lahirlah tradisi ilmu-ilmu baru yang belakangan disebut "sains". Tradisi simbolik yang terlahir pada tahap ketiga ini menyebabkan tumbuhnya cara baru pandangan dunia yang berkarakter logis empirik. Tahap keempat, *tekhne*-sains berhasil menemukan perangkat baru (menggubah tulisan dan simbol menjadi gelombang audio), melalui elektronik audio. Pada awal perkembangan *tekhne* audio, lebih banyak dipakai untuk propaganda ideologi. Implikasinya membawa ideologi (dan pemikiran di dalamnya) sebagai pandangan dunia yang cukup dominan. Tulisan dan simbol pun menjadi berhubungan dengan ideologi. Kejadian ini berlangsung sekitar dasawarsa awal tahun 1900-an, karakter *tekhne* pada fase ini sangat pragmatis, tetapi logis. Sampai tahap keempat ini, fase teknologi masih sebagai ruang penyingkapan atau *ge-stell*. Tahap kelima dan keenam, *tekhne* bersifat sebagai ruang pembingkaian. Tahap kelima menggabungkan elektronik audio dan proyeksi gambar visual.

Teknologi audio visual menyeret simbol-tulisan dan imajinasi (yang menjadi bahan mentah bagi imagologi) sebagai arus utama isi

audio visual dan melahirkan pandangan dunia baru pula. Tentu saja karakteristik narasi dan gambar dalam audio-visual bersifat figural simbolis. Sifat *ge-stell* berkembang lebih kompleks, tidak hanya sekadar menyingkap atau menyembunyikan realitas, tetapi berkembang kepada mendistorsi realitas, merekayasa realitas, memanipulasi realitas, dan memproduksi realitas rekaan.

Pada tahap keenam, *tekhne* hadir melalui sistem komputer digital yang sekarang ini tidak dapat dihindari lagi. Pandangan dunia yang muncul akibat sistem komputer pun mengalami corak baru, semuanya serba-hibrid, karakteristiknya kombinatif. Realitas yang manipulatif, simbolik, dan terdistorsi sebagaimana terjadi pada tahap kelima telah menjadi hal yang stagnan, menjadi realitas mandiri yang utuh diterima sebagai reaksi konkret atas perubahan pandangan dunia yang baru pula. Tahap keenam ini memindah realitas menjadi dominan *aletheia* (penyembunyian), semua realitas diganti dengan simbol-simbol (figural). Realitas yang tersembunyi adalah realitas sesungguhnya, yang tampak adalah realitas rekaan. Realitas keenam ini dapat ditemukan pada pasar uang di bursa efek: semua motif transaksi, cara bertransaksi, benda yang ditransaksikan, dan bersifat simbolik.

Pembagian tersebut memetakan ruang-ruang yang menjelaskan bagaimana transmutasi simbol menjadi imagologi dan berperan dalam membentuk pandangan dunia. Era masa kini, ruang imagologi menjadi alat dominasi pembentukan *aletheia,* monstrasi (penyembunyian). Imagologi adalah dunia montrasi. Melalui pemakaian massal *tekhne* bernama *siliconic audio visual* di bilik-bilik pribadi menciptakan masyarakat buana (nirbatas), yang semua basis interaksinya adalah simbol-simbol (murni atau rekaan, univokal, atau equivokal) pandangan dunia dibanjiri dipengaruhi pemakaian simbol-simbol figuratif. Simbol menjadi amunisi utama imagologi, lebih leluasa memberikan impresi sesuai kondisi pembentuk gambar dan realitas

ilusif yang hendak ditampilkan. Pada tahap inilah, selayaknya kita mengajukan pertanyaan: bagaimana simbol figuratif itu mampu memberikan impresi dan menggantikan realitas dengan realitas rekaan? Sebelum menjawab pertanyaan ini, perlu dijelaskan lebih dahulu tentang proses bagaimana imajinasi memperantarai sensasi indra sensorik manusia dalam jagat simbol yang menyusun realitas menjadi realitas rekaan.

Setiap orang mampu berimajinasi, berpikir imajinatif. Ketika seseorang melihat simbol “sendok dan garpu” secara asosiatif imajinatif, akan dibayangkan kehadiran rumah makan atau restoran. Tidak perlu melihat wujud nyata rumah makan di tepi jalan raya, cukup melihat gambar sendok dan garpu, bayangan rumah makan sudah muncul di kepala seseorang. Imajinasi mampu memberikan kehadiran secara riil sosok yang hendak dirangkaikan dari “ketiadaan” menjadi ada, dan dibenarkan secara massal menjadi kehadiran yang *common sensible* (terindrai bersama). Gambar sendok dan garpu itu telah di-*commonsensible*-kan sebagai pengganti kehadiran rumah makan, semua orang sepakat dan tahu arti “rambu” tersebut. Proses kreasi dari ketiadaan (keberadaan rumah makan tidak tampak/tidak diketahui) menjadi ada (rumah makan dapat diketahui letaknya/terbayangkan), mensyaratkan pemilihan aksi gerak relasi (pemilihan gambar sendok dan garpu mewakili identitas rumah makan) atau pemilihan segala hal yang dibutuhkan untuk mencipta suatu gambar-kata yang dapat mewakili identitas yang dikehendaki, dengan cara demikianlah realitas rekaan (imagologisme) mengada. Mekanisme semacam ini selalu ada dalam dunia imajinasi pemilik pengetahuan (manusia) dan dunia imajinasi kreator simbol (imagologian).

Eksistensi meng-ada-nya imagologisme dibaca secara sama oleh khalayak menggunakan daya imajinatif interpretatif yang memang sudah *built in* dalam diri manusia. Imajinasi yang disimbolisasi (visual

atau audio) dibaca menggunakan interpretasi. Bagaikan orang yang menyaksikan seni pantomim, ia membaca berbagai imajinasi gestur aktor dan diintepretasikan dalam benaknya sehingga ia dan orang lain memahami apa yang sedang dikerjakan, dimaksud si aktor. Demagog, politisi menggunakan gestur tertentu untuk menunjukkan kepekaan sosialnya, misalnya gestur sedih, empati, atau athusias, ditampakkan demagog dan politisi di medium. Sikap dan gestur demagog mengimajinasikan bahwa si demagog adalah seorang yang benar-benar tersentuh hatinya setelah melihat kondisi sosial yang dihadapinya. Seluruh audiens akan membaca gestur sang demagog sebagai kebenaran yang riil meskipun semua tahu dan sadar bahwa identitas yang ditampakkan demagog adalah realitas rekaan, identitas rekaan. Inilah kebohongan publik yang diamini, dilegalkan, didewakan, dan dijadikan sistem utama dalam pemilihan pemimpin di abad kini.

Massa/audiens membaca setiap imagologi yang dipakai demagog/aktor/individu sesuai interpretasi masing-masing yang meskipun tanpa komando selalu menghasilkan interpretasi sama atau identik. Sekelompok orang yang menyaksikan film (audio-visual) *Mr. Bean* memiliki interpretasi yang beragam tentang apa yang sedang dikerjakan Mr. Bean, bergantung pada imajinasi masing-masing penonton. Bayangkan hal yang sama dilakukan oleh seorang pejabat negara, kepala negara, politisi senior, dan calon kepala daerah, inilah politik monstrasi. Kemampuan interpretatif penonton/massa telah ditunjang oleh kemampuan imajinasi sebagai berkah dari Tuhan yang *built in* tanpa imajinasi mustahil melakukan interpretasi simbol, gambar, narasi, dan visual. Imajinasi menjadi *core* dalam mekanisme bekerjanya imagologi. Apa dan bagaimanakah imajinasi?

C. Imajinasi

Pembahasan imajinasi bukan barang baru dalam dunia filsafat, kendati nasib imajinasi bagai anak tiri dalam pembahasan ilmu filsafat, tidak setenar bahasan tentang jiwa, eksistensi, hasrat, dan keingintahuan. Padahal, imajinasi memainkan peran cukup vital dalam tahap "tahu dan pengetahuan", berperan dalam sistem operasional kepercayaan-religi. Memang sejatinya, dari rahim religilah embrio imajinasi dan interpretasi berkembang dan mendapatkan bentuk dalam perkembangan awal psikis manusia. Semenjak kanak-kanak, dongeng sebelum tidur, kisah kepahlawanan superhero, dan kisah-kisah yang diceritakan orangtua atau lingkungan merupakan rangsangan imajinal. Manusia telah dikenalkan dalam habit-habit imajinal sebagai sarana awal pengetahuan mereka.

Imajinasi juga telah diterima dalam dunia ilmiah meskipun hanya diberi tempat pada bagian terbelakang sebuah pencarian, penelitian, dan usaha terus-menerus komprador sains bernama "eksperimen". Eksperimen dilandasi sikap imajinatif (pengandaian) yang dikenal dalam varian bernama "asumsi", "hipotesis", "dugaan", "posibilitas", atau hal-hal yang memang belum secara nyata terjadi tetapi telah dibayangkan akan terjadi jika semua syarat yang diperlukan disediakan. Sistem operasi hitung, matematika, geometri, dan trigonometri juga mensyaratkan pengandaian-pengandaian bilangan. Pengandaian ini merupakan *stand point imajinal* terhadap simbol-simbol yang menunjuk pada angka yang mewakili suatu hitungan/satuan tertentu. Bilangan adalah sebuah imajinasi. Adanya uji coba (eksperimen) sains selalu mengandaikan sebuah hasil baru dari rekayasa yang dilakukan berdasarkan garis metodis logika dan garis non-metodis keberuntungan. Tujuan metode adalah menghadirkan segala syarat yang diperlukan bagi keadaan *comes true* suatu hipotesis, asumsi, dugaan, dan posibilitas (kondisi yang semula diimajinasikan). Dalam bentuk yang berbeda,

imajinasi merupakan sumber inspirasi yang mendorong seseorang untuk mengaktualisasi imajinasinya. Contohnya, penemuan rumus kimia ether yang terinspirasi mimpi ular yang memakan ekornya sendiri.

Immanuel Kant (1724–1881) sedikit menyinggung terminologi *imagination* dan interpretasi dalam sejumlah karyanya. Nietzsche mengintroduksi istilah *imagery*. Rudolf A. Makkreel (1990) menyuguhkan karya *Imagination and intepretation in Kant: The Hermeunetical Import of The Crituque of Judgement* (Univesity of Chicago Press, 1990). Mengenai istilah *imagery* Nietzsche, dibedah oleh Malcolm Pasley (1978) yang merumuskan Imageri Nietzsche dalam buku *Nietzsche : Imagery and Thought, A Collection of essays* (London, Methuen, 1978). Dua buah tulisan singkat dalam *Journal Philosophy of Quartely,* tahun 1978, Matthias Neuman OSB menulis panjang lebar tentang teori imajinasi. Hampir sama dengan judul tulisan Neuman, *Towards an Integrated Theory of Imagination,* karya Ernan McMullin memilih judul *Enlarging Imagination* dalam *Tijdschrift voor Filosofie* pada tahun 1996.

Di Indonesia bahasan imajinasi sempat diulas meski sekilas oleh Bambang Sugiharto dalam *Postmodernisme: Tantangan Bagi Filsafat* (Kanisius, 1996), secara khusus diperdalam oleh Tedjoworo dalam *Imaji dan Imajinasi* (Kanisius, 2001) yang menggunakan sudut pandang filsafat postmodern.

Imajinasi adalah daya untuk membentuk gambaran melalui konsep-konsep mental yang tidak secara langsung didapatkan dari proses pengindraan (Edwards, 1967: 136). Definisi tersebut memberikan kejelasan posisi peran imaji atau gambaran dalam sistem mental dan pengetahuan. Gambaran abstrak imajinasi melalui proses mental hanyalah berbentuk konsep-konsep mental, belum maujud (menjadi nyata) sebagai suatu bentuk terindrai yang bisa diindrai oleh

orang lain. Hal yang perlu ditandaskan ialah imajinasi tidak sama dengan fantasi. Fantasi berarti kemampuan membayangkan suatu objek, produk fantasi bernama khayalan atau ilusi. Imajinasi disebutkan oleh Richard Kearney (1994) sebagai "orangtua bagi bahasa", imajinasi mendahului realitas yang hendak direpresentasikan dan realitas dapat dikatakan sebagai pantulan imajinasi (Tedjoworo, 2001:17). Tedjoworo menambahkan bahwa bahasa dan imajinasi merupakan sisi koin yang tidak bisa saling menegasikan. Kehadiran tentang tahu dan pengetahuan dibayangi imajinasi-bahasa dan bahasa-imajinasi dalam hubungan simultanitas yang menyatu.

Lintasan sejarah peradaban dunia merekam jejak perjalanan peranan imajinasi. Plato (477–347 SM) memasukkan imajinasi dalam wilayah metafisis. Imajinasi merupakan bentuk pengetahuan terendah dengan rasio sebagai puncaknya. Rasiolah yang bisa mengontemplasikan kebenaran, sedangkan imajinasi menyimpan bias deviasi pengetahuan setara dengan ilusi. Plato menilai imajinasi sebagai suatu representasi mental (*panthasma*) yang bertugas menjembatani sensasi dan rasio.

Giordano Bruno membawa imajinasi ke dalam wilayah keagamaan. Imajinasi dipahami sebagai suatu daya spiritual di dalam diri manusia. Imajinasi adalah "kendaraan ruh kudus". Immanuel Kant (1724–1804 M) memasukan term "imajinasi" dalam sistem transendental yang disebut imajinasi transendental. Imajinasi transendental, yaitu sebuah kondisi tersembunyi dari segala pengetahuan yang mendasari objektivitas objek dalam subjektivitas subjek. Imajinasi bukan entitas di luar diri manusia. Imajinasilah yang memprakondisikan pengalaman kita akan dunia (Tedjoworo, 2001: 32–35).

Jacquas Lacan (tokoh psikoanalisis, 1902—1988 M), Louis Althusser (sosial), Michel Foucault (wacana, 1926–1984), Levi Strauss (strukturalisme), hingga Jacquas Derrida (dekonstruksi, 1930–2004) menempatkan kata *imajinasi* bersemayam dalam ruang psikis, hanya

sebagai gejala psikis. Pemaknaan imajinasi ke luar dari sebutan sebagai "gejala psikis" mulai terdapat pada pemikiran Althusser yang memperluas makna imajinasi ke wilayah sosial. Bagi Louis Althusser, ideologi adalah representasi relasi imajiner dari subjek dengan kondisi real eksistensinya, Althusser menyamakan imajinasi dengan "kesadaran palsu" kaum borjuis (Lechte, 1994: 40).

Kosakata bahasa Inggris memiliki beberapa varian imajinasi antara lain: *image, imagery, imaginary,* dan *imagine*. *Image* merupakan tampilan, perlukisan suatu kesan. *Imagery* dialihbahasakan "perumpamaan". Sedangkan, *imaginary* sama dengan "khayal" (Echols dan Shadily, 1996: 311). Mengutip W.L. Reese (1991) dalam *Dictionary of Philosophy and Religion*, Tedjoworo (2001: 24–25) memperluas *imagery* menjadi suatu penggunaan bahasa figuratif untuk menghasilkan gambaran, objek, aksi, perasaan, pemikiran, ide, atau pengalaman dalam pemikiran pembaca atau pendengar. *Imagine* diartikan membayangkan sesuatu hal yang mungkin terjadi.

Imajinasi ditempatkan dalam bidang aktif sebagai kata kerja yang lebih luas cakupannya dari sekadar membayangkan, tapi menuntut adanya kompleksitas dan kesadaran mental lebih tinggi untuk berimajinasi. Pemakaian kata *imajinasi* dalam kalimat sehari-hari mencampuradukkan pemaknaan imajinasi dengan membayangkan, antara *imagery* (penggambaran), dan *imagine* (membayangkan).

Bagaimana kedudukan imajinasi dalam konteks sistem religi? Tradisi Islam Indonesia, misalnya, tidak secara terus terang memberikan tempat bagi imajinasi meskipun secara konsepsional meminjam jasa imajinasi untuk menerangkan sejumlah konsep metafisika dalam ajarannya. Konsep surga dan neraka sehimpit dengan imajinasi "ruang siksaan super" atau "taman kemewahan super-nyaman". Dengan imajinasi tersebut, bagi penganut awam dan kanak-kanak, perbuatan baik dan buruk didasarkan semata-mata ketakutan dari konsep surga

dan negara. Hal ini identik dengan konsep *reward and punishment* (imbalan dan hukuman) dalam kehidupan dunia. Sayangnya, peminjaman imajinasi "fisik" surga dan neraka sebagai sistem *reward and punishment* (ganjaran dan hukuman) ini meniadakan semangat Islam yang lebih berbobot, yakni kepatuhan total kepada ridha Tuhan, penyerahan totalitas kehidupan atau *aslama.* Meskipun terlihat sangat sederhana, konsepsi *reward and punishment* menempati pusat sistem peribadatan Islam tradisi atau sistem pelaksanaan sistem religi masyarakat Islam yang sudah *common sense.*

Imajinasi bekerja dalam koridor yang juga berlaku umum sehingga selalu membentuk *common sense,* jika imajinasi berobjek agama akan menghasilkan kebenaran agama *common sense*. Prinsip-prinisp agama yang utama, seperti *aslama,* justru semakin tenggelam dan dianggap aneh ketika dijadikan *core* kegiatan beragama, malahan konsep *reward and punishment* lebih populer dan dianggap lazim, kemudian dianggap lebih benar (di-benar-kan) oleh masyarakat bahkan dijadikan *core* kegiatan beragama. Kegiatan beragama seolah bertujuan untuk mendapatkan balasan (pahala = surga) dan perbuatan buruk akan mendapatkan siksa hukuman. Memang, sistem religi Islam tidak mengizinkan penolakan, penegasian, terhadap peniadaan surga dan neraka, akhirat, sebagai kondisi lanjut dari kehidupan sesudah mati. Namun, mesti diperhatikan pula bahwa sistem balasan dan hukuman ini merupakan reprosikalitas dalam logika kehidupan materi manusia. Harus diakui bahwa agama diturunkan oleh Tuhan bukanlah semata-mata demi prinsip "penghindaran neraka dan beroleh surga" segala sistem religi yang rumit menyeluruh itu diwahyukan untuk kebaikan manusia.

Dengan meminjam perpsepktif fenomenologi agama, imajinasi (yang digunakan oleh imagologian) diperlukan untuk menampung konsep-konsep abstrak di luar klausul logika ajaran agama. Misalnya,

konsep kemahakuasaan Tuhan, malaikat, kerasulan, kenabian, utusan, kewalian, dan hal-hal lain yang bersifat terminologis abstrak, seperti *qadha* dan *qodar*, akhirat, hari pembalasan, Padang Mahsyar, dan seterusnya. Semua term tersebut mesti dikembalikan pada azas tujuan penciptaan manusia bahwa manusia diciptakan untuk mengesakan Tuhan agar Dia dikenal. Manusia akan tereliminasi ketika memilih berimajinasi ibadat hanya demi rangkaian perjalanan menuju surga atau penghindaran neraka. Dalam hal-hal abstrak semacam itulah, sistem peribadatan kebanyakan manusia lebih cenderung menggunakan imajinasi agar bisa menerima konsep-konsep abstrak (metafisik) dalam ajaran agama.

Interpretasi harfiah beberapa teks suci menyebutkan secara eksplisit tentang gambaran hari akhir, redaksi proposisinya berbunyi "ketika gunung diterbangkan, ketika bumi mengeluarkan isinya". Proposisi tersebut menyebabkan manusia dengan cepat berimajinasi tentang situasi yang serba-kacau, gunung yang terlontar "terbang" ke angkasa. Di satu sisi interpretasi teks ini bisa dilakukan dalam kacamata bahasa metafora, atau bahasa yang simbolik. Sebagaimana redaksi "manusia diciptakan dari tanah" bukan dalam arti eksplisit dibuat dari tanah sebagaimana kue donat dibuat dari adonan tepung. Manusia dicipta dari tanah, memang secara faktual segala unsur pembentuk makanan dan kebutuhan yang diperlukan manusia berasal dari unsur-unsur yang ada di tanah, dari buah-buahan sampai kebutuhan bahan bakar. Beberapa penggalan kisah dunia digital membuat imajinasi hari akhir "gunung yang diterbangkan" menjadi tampak secara riil visual, sebut saja cerita *Armagedon, The End of Day, World Here After*, *Doomsday, 2012,* dan sebagainya. Prinsip hari akhir dalam term religi berhimpit dengan imajinasi dalam terma *spekulasi science* atau sainfiksi.

Dengan merujuk pada terminologi Reese, *imagery* sebagai bahasa figuratif untuk menghasilkan gambaran, objek, aksi, perasaan,

pemikiran, ide, atau pengalaman dalam pemikiran pembaca atau pendengar, dapat dianalogkan dengan imagologi dalam arti imajinasi yang "menggunakan" prinsip logika imajinatif. Imagologi bermain di ruang figuratif pengganti bahasa verbal. Konteks imagologi sebagai sebuah realitas yang melihat fenomenologis religius—meminjam istilah Heidegger—*aletheia* atau pusat ketersingkapan kebenaran berada sekaligus dilakukan oleh proses gambar-kata (imagologi).

Kebenaran religiusitas dipindahkan ke ruang-ruang imagologi yang dilakukan secara masif. Maka, kebenaran keagamaan adalah kebenaran yang difigurasikan sebagaimana medium menggambarkatakan. Imagologi menjadi unsur penyerta dalam setiap proses kebenaran pengetahuan keagamaan, tentu saja bukan pengetahuan keagamaan yang masih mempertahankan formalisme, otoritas perantingan pengetahuan agama atau dalam bahasa tradisional: mengaji.

Di luar konteks kegiatan mengaji, kebenaran pengetahuan mendapatkan keabsahan melalui metode transenden sebagai salah satu bentuk transfer kebenaran autentik (menurut ukuran sistem religi). Kegiatan perantingan kebenaran agama di luar kegiatan mengaji dalam lingkup formal di bawah naungan otoritas religiusitas bukan berarti disebut tidak benar atau tidak baik. Derajat kebenaran religiusitas yang bersifat mimesis, yakni mengalami proses peniruan, selalu berusaha menyesuaikan kebutuhan aksi gerak dan relasi imagologi religi yang disusun.

Dalam realitas modern, keberadaan imagologi menggantikan peran imajinasi sebagai prakondisi pengetahuan. Imajinasi berada dalam intensionalitas individual saat berhubungan dengan pengetahuan baru yang biasanya terlihat dalam usaha mental membangun konsep figuratif berdasarkan interpretasi personal. Sedangkan, imagologi menggantikan imajinasi dalam proses pengetahuan yang terjadi secara massal. Imajinasi memprakondisikan pengetahuan individual.

Imagologi memprakondisikan pengetahuan massal. Fenomena aktual sering menunjukkan adanya gejala-gejala pengetahuan agama dalam produksi massal. Dengan kata lain, pengetahuan agama sudah dibentuk lewat ruang-ruang publik.

D. Imagologi sebagai Representasi Realitas Religius

Bangunan keagamaan kontemporer, di masa *tekhne* digital diwarnai hadirnya satu peranan baru berupa pemusatan pengetahuan agama berbasis medium, layar sebagai *centrum*, dari budaya oral dan cetak menuju budaya imagologi. Dalam transfer pengetahuan oral dan cetak, pengetahuan yang tumbuh berkembang mengandalkan imajinasi induvidual karena banyak hal kajian keagamaan tidak bisa diperlihatkan bagian empiriknya. Bayangan tentang "bidadari surga" berbeda satu dengan lainnya. Masalah-masalah seperti "peran malaikat pencatat amal baik dan buruk" sulit dipecahkan dengan imajinasi individual. Bagaimanakah memberikan empirisasi desain neraka atau keindahaan surgawi, termasuk visualisasi dosa dan pahala, khusyuk, ikhlas secara sama pada para pemeluk agama? Kegiatan ceramah memberikan impresi yang berbeda dari pendengarnya karena imajinasi-interpretasi para pendengar berbeda-beda pula. Sedangkan, budaya *tekhne* memungkinkan terjadinya visualisasi terma-terma kajian keagamaan di atas secara massal dan bersamaan.

Gambaran tentang "apa itu ikhlas" bisa dilihat, antara lain, dalam imagologi yang disusun pada teks film *Kiamat Sudah Dekat* garapan Dedy Mizwar. Membangun gambaran tentang dosa, misalnya, bisa dilihat dalam serial Hidayah TPI, azab-azab manusia yang mendekati ajal dengan kondisi mengerikan. Nilai ritual dalam budaya *tekhne* semacam itu berbuah perdebatan sengit bagi kalangan yang tidak memahami makna nilai peribadatan agama. Maka, sebagian pemakaian

tekhne untuk religiusitas bisa mendatangkan kemanfaatan pemahaman sebagian lain justru menyemai bias makna.

Para aktivis lingkungan dan penyayang binatang di AS dan Inggris, contoh lainnya, melontarkan kritik tajam sekaligus memberi lebel agama Islam sebagai "agama yang haus darah binatang". Kritik aktivis tersebut ditujukan pada perayaan Hari Raya Qurban yang dinilai sebagai arena pembantaian binatang besar-besaran di seluruh dunia (Hidayat, 2001: 5). Apakah demikian itu tujuan ibadah Qurban bagi umat Islam ketika melaksanakan penyembelihan hewan? Jawabnya: bukan. Akan tetapi, imaji si aktivis binatang di AS ternyata mendapatkan bentuk pemahaman yang seperti itu: Idul Qurban = pembantaian massal binatang. Pandangan yang disitir dari kekhawatiran Kommarudin Hidayat menyuguhkan imajinasi yang berbeda dari situasi di atas, antara pandangan yang melihat agama Islam dalam makna nilai peribadatan dan pandangan yang merujuk pembataian massal hewan. Hal semacam itu perlu mendapatkan perhatian lebih sensitif, Islam terutama, terhadap isu lingkungan dan perlindungan alam. Kaum aktivis berimajinasi perilaku umat Islam sebagai masalah terhadap isu lingkungan dan perlindungan alam. Pandangan Barat itu kontras dengan pengetahuan original Islam yang diperoleh bukan lewat imagologi. Islam mengajarkan untuk memelihara alam dan tidak merusaknya sehingga wacana tentang gerakan pelestarian lingkungan, perlindungan binatang sudah *built in* dalam pandangan Islam karena ajaran agama menyebutkan binatang yang melata di bumi atau melayang di udara adalah umat-umat seperti manusia (QS Al-An'âm [6]: 38). Oleh karena itu, perlindungan hewan merupakan keharusan.

Demikian pula fenomena Jihad, kedudukan perempuan dalam Islam, sistem hukuman pidana (*jinayah*), negara Islam, merupakan contoh lain yang mengalami hal sama ketika diangkat ke ruang publik.

Hukum potong tangan bagi para pencuri, hukuman rajam, dan jilid atau hukuman cambuk, langsung menyeruak ke benak masyarakat (imajinasi massal) sebagai sisi kelam agama Islam dan dianggap representasi utama syariat Islam, hukum Islam. Celakanya, masalah-masalah parsial (per tema) itu diperdebatkan di permukaan tanpa melihat bagaimana massa, masyarakat, tiba-tiba memiliki imajinasi massal tentang sisi kelam Islam sehingga menimbulkan sikap Islam phobia. Bagaimana dan kenapa masyarakat memiliki pemahaman demikian bias tentang ajaran Islam. *Common sense* hukum Islam hasil bentukan medium berafiliasi kepada hal-hal yang kontra-humanisme. Masyarakat secara umum menganggap bahwa memasukkan hukum Islam dalam sistem hukum formal identik dengan menerima kemungkinan potong tangan atau cambuk bagi para pelanggarnya. Secara cepat, kisah hukuman cambuk di negeri Jiran yang menganut hukum Islam menyeruak di benak imajinasi kolektif masyarakat. Bagaimana hal itu bisa terjadi dengan mudah?

Ungkapan "negara Islam" muncul ke ruang publik, menjadi bahan polemik, menyeruaklah imajinasi kolektif mengenai sosok Sekarmadji Maridjan Kartosuwiryo dengan deklarasi Darul Islam yang nyaris menguasai separo wilayah republik di awal kemerdekaan. Tidak diketahui pula bagaimana caranya masyarakat menyimpan imajinasi kolektif tentang keadaan negeri Irak, Afganistan, negeri-negeri Timur tengah yang "memaksa" kaum perempuan menggunakan penutup wajah saat berada di muka umum. Hasil akhirnya dapat dengan mudah ditebak bahwa akan muncul semacam resistensi, perlawanan imajinatif dalam benak masyarakat, ada semacam kesepakatan *common opinion* bahwa penerapan hukum Islam: mengerikan, akan berimplikasi seperti perempuan Afganistan, Timur tengah, dan seterusnya. Proses, sebagaimana disinggung di awal buku, pengindentikan massal, berkaitan terbunuhnya makna agama. Pertanyaan selanjutnya, bagaimana pengetahuan semacam itu muncul sekaligus mengambil

derajat kebenaran tersendiri? Hal ini adalah persoalan epistemologi kebenaran melalui rekayasa bahasa komunikasi yang bertujuan menghasilkan imajinasi massal sebagaimana diinginkan *pro-ducere*. Masalah ini akan dibahas pada bagian III.

Imajinasi berperan sebagai perantara dari proses perantingan tahu individual menjadi tahu kolektif sebelum tersistematisasi menjadi pengetahuan massal. Imajinasi adalah usaha-usaha pasca-berpikir ketika subjek berusaha mengenali dan membentuk pengelihatan pikiran tentang objek. Agama yang memasuki ruang publik mau tidak mau akan berusaha membuat konstruksi dan representasi tentang imajinasi pada terma-terma keagamaan. Celakanya, arus budaya digital tidak dapat dihindari oleh agama, perbincangan agama, perdebatan, dan segala macam lalu lintas wacana keagamaan yang begitu kompleks mudah sekali singgah di medium-medium, koran, atau televisi.

E. Ruang Publik dan Agama

Sejumlah ilmuwan berpendapat bahwa agama boleh mewarnai ruang publik, seperti David Hollenbach (1993) dan Jose Casanova (1994), tetapi tidak seluruh ruang publik bisa dimasuki agama. Legalitas agama hanya ada pada wilayah yang bersifat rasional. John Rawls menyebutnya "rasionalitas publik" (Hilmy, 2008: 167). Masdar Hilmy (2008: 181) menambahkan bahwa memunculkan wajah agama dalam ruang publik menimbulkan kerentanan terhadap problem demokrasi yang terbuka bagi pemeluk agama lain, simbol-simbol keagamaan yang diangkat ke permukaan sering "menohok" kelompok lain yang berasal dari agama berbeda. Identifikasi yang disampaikan Hilmy sedikit mengalami kekeliruan sebab masalahnya bukan pada simbol agama yang sering "menohok" kelompok lain, melainkan mengapa simbol (berefek menohok) tersebut yang dipilih, bagaimana dan mengapa? Pertanyaan ini dapat dijawab oleh imagologi yang menyediakan penjelasan tentang

bagaimana dan mengapa pilihan kata, tindakan perlokusi (dampak dari kalimat) yang sudah di ukur berdasarkan target yang disasar, dimainkan ke ruang publik. Jadi, bukan agama yang ditakar ulang untuk masuk ke ruang publik, melainkan bagaimana imagologi agama bermain di arena tersebut (ruang publik).

Batasan ruang publik tidak sebatas ruang di publik, sebuah "ruang" bebas milik masyarakat umum, seperti parlemen dan politik. Koran dan segala macam bentuk medium dari yang paling sederhana. Spanduk sampai film adalah bentuk-bentuk dari ruang publik. Bahkan, ruang bebas di alun-alun kota dan taman di jalan adalah ruang publik yang terbuka bagi arus komunikasi kelompok atau representasi simbol religiusitas. Penggunaan ruang publik secara otomatis memaksa terjadinya deformalisme agama yang terepresentasi dalam ruang publik. Misalnya, melalui pembahasan dan topik utama acara telivisi, kolom, atau halaman khusus mengenai kegiatan keagamaan. Representasi tersebut merupakan bentuk-bentuk baru penggunaan ruang publik sebagai cara penyebaran baru, berdalih dakwah agama. Akan tetapi, tidak semua kegiatan dakwah semacam itu murni kegiatan atas nama Tuhan atau usaha bersungguh-sungguh manusia dalam mengurangi derajat sifat-sifat insaninya agar sampai pada sifat-sifat, nama-nama Tuhan (Asma) yang maujud dalam diri manusia sebagai mikrokosmis tercipta. Akibat pemakaian ruang publik yang hanya bersifat representasi agama, menyebabkan agama tidak berbeda dengan penggalan-penggalan novel atau kisah *life style*, gaya hidup masyarakat perkotaan, gaya bergaul kaum urban, atau cara kaum eksekutif muda membunuh waktu luang mereka. Kegiatan menonton acara televisi, membaca koran, dan majalah bagi sebagian orang merupakan cara mengisi waktu luang agar waktu luang terisi kegiatan.

Ada perbedaan dalam format isi kegiatan yang direpresentasi di media (imagologi), yaitu satu pertimbangan yang sama ketika

menggunakan ruang publik untuk kegiatan apa pun, entah agama atau budaya. Pertimbangan itu adalah perhitungan untung rugi penyelenggara, pemelihara ruang publik. Persoalan apakah masyarakat mau menerima muatan yang dikemas di ruang publik, atau isi yang sedang dibawa ke ruang-ruang publik, selalu diperhitungkan paling akhir. Perhitungan utama berkutat pada kalkulasi apakah penggunaan ruang publik yang berisi imagologi religiusitas bisa memberikan *impact income* atau tidak. Dengan demikian, tidak mengherankan jika acara-acara sakral keagamaan semacam tausiah justru berbuah nuansa propaganda produk tertentu. Hal demikian merupakan adaptasi dari prinsip kecepatan efesiensi ruang, bahwa ruang adalah bagian dari komoditas yang harus memberikan hasil guna. Dengan meminjam definisi Karl Marx dalam *Das Kapital* tentang nilai guna, Marx (1952: 2) hanya membatasi nilai guna pada benda-benda, suatu objek/benda yang berada di luar kita, sesuatu, yang karena sifat dan caranya, dapat memuaskan kebutuhan manusia. Ruang kini menjadi nilai guna. Eksistesi imagologi menyebabkan ruang dan waktu berganti sebagai komoditas ekonomi dan kapital yang dapat memuaskan kebutuhan manusia.

Tausiah, sebelum eksistensi imagologi, yaitu pada masa otoritas dan formalisme agama merupakan satu-satunya ajang pertukaran pengetahuan yang valid nan sahih karena dapat memberi ruang verifikasi bagi kebenaran-kebenaran proposisinya, mudah dimintai pertanggungjawabannya tentang segala macam hal-hal yang dilontarkan dalam ajang tausiah karena adanya peluang dialog, telah berganti menjadi ajang mengisap perhatian publik. Apa pun tema tausiah, materi dan sisipan acara propaganda merupakan satu kesatuan kegiatan yang tidak dapat dipisahkan. Berdasarkan pembagian tertentu, memang dapat dilakukan pemisahan antara imagologi utama dan sisipannya (acara dan iklannya). Namun, dalam ranah religiusitas, kebenaran keagamaan semakin sulit dicerna manakala ajang promosi produk sedemikian rupa sehingga berjalin kelindan menjadi satu

dengan tausiah atau acara lain semacam amal keagamaan. Contohnya, acara propaganda yang berkelindan dengan religi antara lain *Tour Yamaha selama Ramadhan* (TPI 2009), acara susu krim kaleng yang memilih ikon pembagian ta'jil buka puasa gratis dilakukan secara maraton di berbagai kota. Acara semacam itu terjepit di antara kegiatan keagamaan atau promosi dagang. Jika dilihat dari konten materi, acara semacam itu lebih pantas disebut mengemas agenda *tausiah* dengan tujuan untuk mengumpulkan massa, setelah kerumunan orang tercipta, propaganda produk sebagai inti utama acara pun digelar. Jika dilihat dari sisi kemanfaatan, acara menjajakan produk dengan cara semacam itu dinilai lebih bermanfaat daripada menggelar konser musik yang tidak jelas ujung pangkal benefitasnya bagi masyarakat umum kecuali kesenangan dan pelepasan/perayaan hasrat manusia.

Jika dikaitkan dengan persoalan ruang publik, apakah kegiatan semacam tersebut di atas—berdasarkan hakikat keagamaan—telah mencerminkan agama di ruang publik? Pertanyaan lain bisa diajukan seperti: apakah kegiatan tersebut sekadar menggunakan popularitas keagamaan untuk tujuan dagang? Atau, menggunakan analogi kritik Baudrillard yang ditujukkan pada Foucault, kondisi agama (tausiah) terrepresi dalam kode produksi, sebagaimana seks terrepresi dalam pornografi? Kegiatan agama, dalam kasus di atas, menempatkan hasrat konsumsi sebagai seduksi, monstrasi (penyembunyian) nilai konsumsi melalui nilai agama yang didemonstrasikan (penyingkapan). Nilai yang dimonstrasi dan diseduksi adalah iklan, kegiatan dagang. Persoalan mekanisme seduksi dan montrasi akan diperdalam dalam bahasan imagologi agama.

Menjawab keterkaitan dengan ruang publik dengan kegiatan keagamaan yang membungkus iklan, harus ada kerelaan dari pengelola ruang publik, dari masyarakat, dan partisipan yang sama-sama menggunakan ruang iklan sebagai representasi kepentingan publik,

minimal ikut merasakan manfaat adanya ruang iklan. Apakah ada usaha menjadikan kegiatan keagamaan sebagai suatu hegemoni atau satu dominasi pemaknaan teks keagamaan? Jika jawabnya ya, ada dominasi dan hegemoni, ruang publik telah disalahgunakan oleh representasi keagamaan.

Jika dikembalikan pada esensi keagamaan, pemakaian ruang publik oleh kegiatan keagamaan untuk berdakwah, semestinya dilakukan tanpa embel-embel sponsor apa pun. Agama melepaskan diri dari monstrasi dan seduksi. Dakwah dilakukan demi agama dan atas nama Tuhan semata-mata tanpa mengharapkan *impact* apa pun dari suatu acara keagamaan yang digelar di ruang publik.

Kegiatan agama juga digelar bukan demi mendapatkan ruang khusus di bilik publik. Misalnya, aksi amal seorang dermawan yang sengaja menggelar pembagian *zakat mal* (zakat harta) yang sengaja dipublikasikan dengan mengundang media, merupakan kegiataan monstrasi popularitas. Pretensi politik dan interest sosial sering terbungkus dalam kegiatan keagamaan. Monstrasi ini alih-alih meninggikan semangat keagamaan, filantropi (kedermawanan) religiusitas justru mengaburkan agama dengan manuver. Bukan hanya perorangan atau kelompok, tidak sedikit pihak-pihak yang menggelar acara keagamaan secara besar-besaran karena berharap liputan media, pemberian liputan secara khusus di ruang publik selama berlangsungnya acara. Maka, jadilah *medium is the message* dengan mengendarai agama. Posisi demikian mengalihkan ekspresi religiusitas menjadi imagologi-imagologi yang diproduksi secara sengaja. Imagologi menjadi tujuan ritual keagamaan.

Acara sunatan massal, bakti sosial, atau pembagian zakat oleh suatu kelompok profesi dilakukan sambil menyusun akses-akses khusus ke ruang publik dan seduksi-seduksi lain. Mereka menyisipkan pesan yang *dimonstrasi* dalam setiap acara. Selalu ada tujuan sampingan

dalam dalih menggemakan dakwah agama, yaitu pemberian ruang di hadapan publik, dan setelah mendapatkan akses sebagai imagologi religiusitas, produser tidak ketinggalan menyisipkan pesan politik atau sosial (*aletheia, demonstrasi*).

Agama di masa kini ibarat komoditas yang sangat laku dijual. Agama berkesempatan untuk diproduksi, diproduksi berulang lintas bidang tanpa sekat waktu, cukup menyesuaikan isu aktual terkini. Misalnya, masa Ramadhan, dengan mudah orang-orang akan mengalami suatu imajinasi kolektif bahwa umat Islam membutuhkan kekhusyukan beribadah, "meminta" dihormati secara khusus sampai-sampai semua kegiatan dan aktivitas keseharian dibungkus bagai agamawan saleh. Reproduksi agama berdasarkan isu bukan kegiatan yang buruk, melainkan yang harus diingat bukan pula berdampak positif karena agama diubah sedemikian rupa agar dapat digunakan untuk sekadar memasuki ruang-imajinasi masyarakat pemeluknya, menjadi *common opinion* secara mudah, sesudahnya tinggal menenteng pariwara. Lihat saja hasil *semblance* massal itu, pada fans berat grup musik, secara sukarela mengidentikkan diri mereka dengan penyanyi-penyanyi idola, dan fans tersebut rela membelanjakan sekian rupiah demi mengimajikan diri dengan sang idola, cara berpakaian, gaya hidup, makanan, dan atribut yang identik kepada sang idola. Demikian pula dalam fenomena religiusitas. Saat ini berkembang pesat segala pernik yang berbau Timur Tengah, mulai dari gaya berpakaian, konsumsi, bahasa, gestur, obat-obatan, dan berjuta pernik lainnya.

Bagi penganut agama yang awam, komunitas yang tidak memiliki "pengetahuan yang benar dan tidak benar", sangat mudah menerima pesan yang dimonstrasi dalam rangkaian imagologi religiusitas. Penilaian etis atau tidak etis, bukan persoalan urgen bagi produser. Memang tidak masalah, namun disebut bermasalah manakala imagologi religiusitas berhasil dibongkar, ditelisik lewat fenomenologi religius, bahwa sebuah

tampakan, realitas dari berbagai gejala (noumena) yang seolah religus ternyata bukan religius. Konsumsi minyak zaitun dan kurma impor bukan berarti identitas agama. Dari sini tampak kegiatan dagang yang terbalut dalam dakwah agama. Berdasarkan asas kemanfaatan publik, kegiatan promosi berbalut agama lebih baik bagi masyarakat daripada menyajikan dagangan melalui *sexy dancer* atau konser akbar atau *road show* bintang sinetron.

Perbuatan monstrasi dagang dalam kegiatan keagamaan menjadi persoalan manakala materi yang disampaikan justru berubah menjadi kebenaran mutlak bagai *common opinion*, seolah-olah kebenaran yang valid dan benar tanpa verifikasi ulang karena *common sense* telah menjatuhkan "justifikasi" kebenaran padanya. Cara mengonsumsi atau berpakaian ala Timur Tengah adalah kebenaran mutlak agama tersebut. Dampaknya adalah derajat kebenaran religiusitas sekelas pagelaran atau *show* religi mengalahkan kebenaran formal yang substantif dan verifiabel dalam sistem keagamaan. *Common opinion* menjadi acuan kebenaran keagamaan karena derajat kebenaran pengetahuan keagamaan berkait erat dengan kemampuan imajinasi seseorang dalam menelan konsep-konsep agama yang serba-abstrak, beragam. Sedangkan, kemampuan setiap orang (publik) untuk membedakan mana yang disembunyikan (monstrasi) dan mana yang ditampakkan (demonstrasi) selalu berbeda-beda. Akibatnya, dalam banyak segi dan kemampuan *imagery,* banyak hal-hal abstrak, metakosmis yang keliru dimengerti publik.

Imagery dan kemampuan imajinasi tersebut setara dengan keyakinan penonton panggung *The Master* pada penampakan aksi-aksi ilusionis yang memukau seolah tiada tipuan. Hanya kondisi imajinasi yang terlampau lentur—untuk tidak menyebut dengan istilah bodoh—saja yang menerima aksi sang ilusionis sebagai sebuah kenyataan tak terbantahkan hanya karena berpuluh beratus pasang mata

memang menyaksikan objek yang sama (*common sensible*). Kebenaran dianggap tunggal karena adanya konsensus pengamatan (*common sensible*) yang menyepakatinya. Imajinasi massal dapat dikendalikan dengan aksi-aksi "panggung" yang *common sensible* atau mengatur objek yang ditampakkan dan mana yang disembunyikan.

Sebagian masyarakat mengerti dan memahami bahwa *show* religi itu bukan nilai religius sebenarnya sebagaimana diwahyukan, melainkan sebuah pertunjukan religi yang memang mengasyikan untuk didengar sehingga lebih layak disebut *show* hiburan religius. Akan tetapi, bagi sebagian masyarakat yang lain tidak melihat adanya perbedaaan *show* hiburan religius dan religiusitas tersebut. Setiap ceramah keagamaan di ruang publik selalu dianggap memiliki derajat kebenaran tinggi yang tidak perlu verifikasi, apalagi dimintai pertanggungjawaban argumentasinya. Pemahaman semacam itu akhirnya membawa sebuah cara penilaian baru bagi kegiatan keagamaan, yakni bahwa konsep keagamaan yang tidak mendapatkan tempat dalam acara *show* merupakan ekspresi keagamaan yang sempit, tidak sesuai lagi dengan zaman, puritan, dan ortodoks. Medium dijadikan tolok ukur kebenaran agama. Bukan hanya kaum awam yang memberikan sistem penilaian demikian, khalayak seolah sudah sepakat bahwa nilai religiusitas yang masuk ruang publik itulah yang berderajat modern.

Padahal, untuk memasuki ruang publik harus memenuhi syarat-syarat tertentu, yaitu menggunakan penyembunyian (*monstrasi*) dan menampakkan (demonstrasi) objek keagamaan. Nilai yang dimonstrasi adalah nilai yang kerap disebut nilai sakral, terma khusus agama yang berbasis teks dan bersifat fundamental. Sedangkan, nilai yang tampakkan adalah wajah agama yang serba-humanis, plural. Jadilah humanisme dan pluralisme sebagai jalan penyingkapan belaka demi diterimanya agama dalam ruang publik.

Tuduhan tidak plural atau tidak humanis sangat sering terlontar dalam arus lalu lintas wajah agama di ruang publik. Seolah ada kesepakatan berdasarkan populasi (*common sense*) bahwa sistem religi yang modern adalah yang plural, atau Islam yang benar adalah wajah agama sebagaimana agama di tempat lahirnya, Semenanjung Arab Kontemporer. Bentuk agama yang berhasil berakulturasi dengan budaya lokal dianggap aneh (*bid'ah*) sehingga tidak layak masuk ruang publik. Sekalipun diberi ruang publik, hanya porsi kecil, minimal, sekadar untuk memenuhi syarat demokrasi terbuka seolah sudah memberi ruang kebebasan berpendapat di muka umum terhadap pemaknaan agama yang berbeda-beda.

Sebenarnya, teks agama telah memberikan ruang yang plural jauh sebelum ide pluralisme dikembangkan sebagai syarat komoditas imagologi agama. Kecenderungan *common sense* tentang pluralisme agama mengasumsikan adanya ancaman fanatisme agama dan merasa perlu segera mengantisipasi lebih dini paham fanatisme religi, mengantisipasi berkembangnya sistem sosial religius menjadi kekuatan yang melebihi kekuatan ideologi. Masyarakat beragama dan *common opinion* yang menyuarakan syarat pluralisme bagi agama di ruang publik, sering gagal memahami pluralitas. Mereka tidak mampu menyadari dirinya sehingga menjatuhkan vonis bahwa agama di luar dirinya (di luar kepluralan, di luar nilai-nilai universalitas) adalah institusi asing, begitu juga sebaliknya.

Identifikasi tersebut secara implisit, sama dengan melahirkan "agama baru" yang beranggapan bahwa kebangkitan modernitas dan hilangnya bentuk-bentuk kebudayaan tertentu diiringi oleh kebutuhan untuk memeluk "agama baru" yang modern. Akibatnya, mereka tidak berhasil memahami daya tarik kebudayaan yang tercipta dari "agama lama" serta kemampuannya mencari jalan menyesuaikan diri dengan

dunia modern dan perubahan sosial (*http://www.elsas-online.org/artikel/40/tuhan-agama-dan-kita, akses tanggal 27/07/09*).

Masalah antara "plural" dan "monoton" dalam tradisi Islam, misalnya, terekam dalam jejak sejarah tujuh mazhab syariat yang berbeda satu sama lain. Sejarah perkembangan berpuluh jenis tarekat, pengamal dzikir, dan berkembangnya sistem teologi Islam dengan logika kalam Islam (*manteq*), juga masih menjadi bagian dialektika yang monoton dan yang plural. Pada dasarnya, persoalan semacam itu adalah penggunaan prinsip keragaman dan keseragaman, dualitas dan monolitas. Keseragaman dalam membaca teks kitab suci menjadi konteks. Keragaman ialah membaca konteks aktual dalam perspektif teks kitab suci. Manakah yang lebih unggul? Jawabannya diletakkan pada pembahasan mengenai derajat keragaman dan keseragaman dalam terma religi. *Common sense* tidak memedulikan bagaimana konsepsi keragaman dan keseragaman hidup berdampingan. Konsepsi yang cederung diproduksi secara massal oleh imagologi dan menjadi kebenaran adalah keragaman, dan keseragaman dianggap parasit pluralitas modern.

Ketika kemasuki era digital, ruang publik dilahirkan oleh satu kelompok tanpa mengurangi volume ruang publik dan tanpa meminta konsensus penghuni ruang-ruang publik lainnya. Kelompok seperti ini bebas membentuk imajinasi tentang keagamaan sesuai dengan daya imaji masing-masing. Corak pemaknaan teks agama menjadi hitam, putih, atau kelabu, tergantung cara mereka mengkonstruksi aksi gerak dan relasi sesuai kondisi yang mereka targetkan. Kondisi dan target yang diinginkan, misalnya, agar ada imajinasi kolektif bahwa hukum syariat Islam serba-mengerikan, atau Islam ditampakkan sebagai agama puritan yang tidak memberi peluang kaum perempuan berkarya di luar rumah atau agama yang berwajah bengis haus darah hewan.

Sebaliknya, imagologi kerap dipakai memproduksi kebenaran bersama bahwa penegakan syariat Islam adalah sebuah usaha suci yang akan membawa manusia pada kemakmuran. Syariat Islam diubah menjadi utopia massal sebagai solusi terampuh mengatasi sistem yang karut-marut seperti dasawarsa terakhir. Wajah Islam yang identik dengan kemiskinan dan keterbelakangan iptek, kemampuan SDM rendah, tapi konsumsi tinggi, juga bisa dengan mudah didemonstrasikan (ditampilkan). Citra Islam yang membangun jembatan penghubung zaman kegelapan kepada era awal pencerahan klasik Eropa/Barat atau citra Islam yang merintis semangat keilmuan dan penyelidikan filsafat sesudah kemunduran bangsa Yunani dilibas Romawi, seperti dicontohkan Jerome R. Ravertz (2007) merupakan elegansi keagamaan yang dimonstrasi (disembunyikan).

F. Imagologi Sebagai Fenomenologi Religius

Fenomenologi agama merupakan studi suatu agama sebagai suatu struktur dalam periode tertentu tanpa memedulikan asal-usul historis dan kepercayaan, praktik yang beragam, tetapi lebih memusatkan perhatian pada hakikat pemahaman agama bagi para pemeluknya (Dhavamony, 1973: 27). Kajian fenomenologi agama tidak terbatas pada definisi di atas, Dhavamony memasukkan aspek kesejarahan sebagai bagian dari cara pandang terhadap fenomenologi agar hakikat pengetahuan dapat dipahami. Sejarah agama tidak hanya membatasi diri pada sejarah suatu agama atau aspek tertentu dari agama saja, tetapi mempelajari sejumlah kecil agama agar dapat membandingkan mereka, mencoba memahami tata cara beragama, upacara-upacara, ritual, konsep tentang Tuhan, dan sebagainya.

Munculnya fenomenologi agama merupakan perkembangan fenomenologi yang dicetuskan oleh Edmund Husserl. Fenomenologi mengembalikan pengetahuan pada data/objeknya, bukan pada

bagaimana pikiran merekonstruksi pemahaman tentang objek. Subjek harus melepaskan diri dari objek dengan cara mengurung (*epoche*) semua pemahaman, pengandaian-pengandaian dan kepercayaan pribadi subjek, serta dengan penuh simpati melihat objek.

Pengurungan atau *epoche* terhadap objek pengetahuan yang berupa bentuk-bentuk ekspresi religius dan melepaskan dari unsur-unsur sementaranya yang tidak hakiki sehingga tinggal *eidos* (ide murni). *Eidos* adalah hakikat objek yang menampakkan diri dan mengonstitusikan diri dalam kesadaran (Dhavamony, 1973: 6). Bagi Husserl, pengetahuan sejati adalah kehadiran data objek dalam kesadaran budi, bukan rekayasa pikiran untuk membentuk teori.

Fenomenologi agama dapat diartikan sebagai pendekatan agama dengan cara membandingkan berbagai macam gejala dari bidang yang sama, antar-berbagai bidang agama, seperti praktik peribadatan, ritual, korban, penguburan, dan seterusnya. Tujuan pembandingan adalah mencari hakikat yang "sama" dari penampakan yang berbeda-beda.

Sumbangan Hegel tidak bisa diabaikan dalam genealogi fenomenologi agama. Dalam *Phenomenologie der Geistes,* Hegel membedakan esensi atau hakikat dan manifestasi atau pengungkapannya. Pengertian tersebut diambil alih oleh P.D. Chantepie de la Sausaye pada tahun 1887 yang menulis "fenomenologi agama". Sementara itu, G. van de Leeuw menyatakan bahwa fenomenologi agama justru mengalami banyak penyimpangan dari fenomenologi yang dimaksudkan Husserl (Dhavamony, 1973: 6). Van der Leeuw menulis buku berjudul *Phanomenologie der Religion* yang diterjemahkan dalam bahasa Inggris menjadi *Religion in Essence and Manifestation* (Princeston 1986). Tulisan ini menitikberatkan pada persoalan esensi agama dan manifestasi para pemeluknya.

Henry Corbin merupakan salah satu tokoh yang menggunakan pendekatan fenomenologis untuk mengkaji agama Islam (*Creative*

Imagination in Sufism of Ibn 'Arabi, Princeston University Press, 1969) disusul Annemarie Schimmel (*Dechipering the Sign of God: A Phenomenological Approach to Islam,* State University of New York, 1994). Keduanya menelisik Islam melalui pendekatan fenomenologi agama dalam memandang hidup, pengalaman religi sebagai realitas keagamaan. Cara semacam itu pula yang diadopsi untuk melihat realitas imagologi dalam ruang fenomena agama.

Menurut Mukhtasyar Syamsuddin (2009: 10), fenomenologi agama berusaha mendeskripsikan pengalaman-pengalaman agama seakurat mungkin sambil terus menunda justifikasi tentang apa yang riil dan apa yang tidak riil dalam pengalaman beragama orang lain. Fenomenologi agama, dalam pengertian yang lain, diberi definisi oleh James L. Cox, sebagaimana disitir Syamsuddin (2009: 12), bahwa fenomenologi agama adalah sebuah metode yang menyesuaikan prosedur-prosedur *epoch(e)* dan intuisi *eidetis* terhadap keragaman ekspresi simbolik yang direspons sebagai nilai tanpa batas oleh para penganutnya.

Metode *epoch(e)*, yaitu penundaan dan pengurungan, yang dimaksudkan oleh Cox merupakan model pencarian *eidos* murni—sebagaimana yang dilakukan Husserl—untuk membedakan pengalaman agama sebagai realitas yang ada di luar diri dengan fenomena agama yang berada dalam kesadaran diri. Karea berhubungan dengan kesadaran, tak mengherankan apabila fenomena-fenomena religius diupayakan didekati secara psikologis oleh ilmu kejiwaan dan dijelaskan dalam kerangka struktur sosial sebagaimana dilakukan sosiologi agama. Meskipun pandangan ini perlu ditimbang ulang dalam era digital ini.

Lebih lanjut, Syamsuddin (2009: 13) memberikan tiga perspektif fenomenologi agama yang mengacu pendapat Douglas Allen. Pertama, fenomenologi agama diartikan sebagai investigasi terhadap fenomena, fakta, dan peristiwa agama yang bisa diamati. Dalam hal ini, realitas

imagologi dikategorikan sebagai fenomena keagamaan yang dapat diamati. Jadi, realitas imagologi harus diinvestigasi melalui *epoche* untuk melihat kenyataan agama yang sesungguhnya. Kedua, fenomenologi agama diartikan sebagai studi komparatif dan klasifikasi atas tipe-tipe fenomena agama yang berbeda. Pemahaman ini mengandaikan realitas imagologi sebagai fenomena keagamaan yang tidak lagi disekat primordialitas agama tertentu. Imagologi religiusitas dinilai dalam skala ruang "bebas nilai" klaim kebenaran agama. Artinya, imagologi dianggap telah mati dari realitas agama. Ketiga, fenemonologi diartikan sebagai cabang dari kajian agama. Keempat, fenomenologi agama sebagai satu tingkatan dalam formulasi teologi. Contoh keempat diperlihatkan oleh Paul Tillich dan Friedrich Schleirmacher. Imagologi religiusitas merupakan salah satu cabang kajian agama karena berusaha mencari kejernihan antara agama sebagaimana esensi yang diajarkan dengan agama sebagai fenomena yang ditampakkan oleh para pengikutnya. Imagologi juga memasuki perdebatan tentang teologi karena bidang teologis tersebut merupakan salah satu aspek yang patut dilihat secara jernih (dijernihkan) dari anasir penyembunyian dan penyingkapan—membiarkan makna teologis mengungkapkan dirinya pada subjek yang bebas dari rekayasa produser imagologi, menampakkan makna teologis sesuai target dan pilihan teksnya.

Imagologi religiusitas didekati menggunakan metode fenomenologi yang menuntut *epoche* sehingga pengamatan imagologi religiusitas menggunakan pola Douglas, yaitu investigasi terhadap fenomena, fakta, dan peristiwa imagologi religiusitas yang dapat diamati. Mengingat imagologi mengandung realitas rekaan, rekayasa, dan elemen ilutif, tindakan *epoche* justru dilekatkan pada elemen-elemen yang membentuk imagologi religiusitas, bukan pada tampilannya—pada hal yang disembunyikan dan bagaimana penyembunyian tersebut terjadi. Fenomena imagologi religiusitas tidak terbatas pada perbandingan ekspresi religius semata. Karena pendekatan

fenomenologis agama tidak hanya menghasilkan deskripsi mengenai fenomena (objek) yang dihadapi, tetapi menerangkan secara filosofis hakikat fenomena yang tampak. Penjelasan tersebut dapat diterangkan secara spesifik dengan cara melihat struktur epistemik imagologi religiusitas. Perubahan makna religiusitas akibat kehadiran imagologi yang telah menggantikan realitas religius melalui konsumsi terhadap penanda-penanda baru keagamaan. Produksi massal imagologi sama dengan menggandakan penanda sebagai representasi simbolik keagamaan. Kegiatan ekspresi keagamaan ada di level hubungan penggunaan penanda. Distribusi makna keagamaan adalah konsumsi atas penanda-penanda keagamaan.

ooo0ooo

BAGIAN V

STRUKTUR EPISTEMIK IMAGOLOGI RELIGIUSITAS

A. Pembedaan Imagologi Tidak sama dengan Citra

Istilah *epistemologi* berasal dari Yunani, *episteme*, yang artinya pengetahuan dan *logos* yang artinya perkataan, ilmu, atau pikiran. *Episteme* berasal dari kata *epistemai* yang berarti mendudukan, menempatkan, atau meletakkan. Maka, *episteme* berarti pengetahuan sebagai upaya intelektual untuk menempatkan sesuatu dalam kedudukan setepat-tepatnya. Epistemologi merupakan suatu upaya rasional untuk menimbang dan menentukan nilai kognitif pengalaman manusia yang bertujuan untuk mengkaji dan menemukan ciri-ciri umum dari hakiki pengetahuan manusia tersebut (Sudarminta, 2002: 18). Struktur epistemik imagologi berarti upaya rasional melalui proses pertimbangan dalam menilai sisi kognitif ekspresi religiusitas manusia yang bertujuan mengkaji dan menemukan ciri-ciri umum konstruksi imagologi religiusitas yang menjadi pengetahuan publik, *common opinion*. Perubahan kata *episteme* menjadi epistemik menunjukkan

perubahan kata sifat untuk menjelaskan adanya upaya penyusunan struktur pengetahuan imagologi religiusitas.

Sekali lagi, ditegaskan bahwa imagologi tidak identik atau tidak bisa diartikan sebagai citra, sebagaimana disinggung pada Bagian II. Untuk memperdalam distingsi tersebut, pada bab ini akan diulas perbedaan utamanya. Kebanyakan masyarakat menganggap imagologi sebagai pencitraan (lihat *seacrh engine* internet, semua tulisan imagologi mengartikannya citra). *Common opinion* mengartikan imagologi sebagai pencitraan. Begitu salah kaprahnya imagologi menjadi citra, pengertian distingtif tersebut perlu dijernihkan. Imagologi yang diartikan citra digunakan antara lain oleh Yasraf Amir Pilliang (2005: 7–9, 203–207), demikian juga Jacques Lacan dan Jean Baudrillard. Makna tersebut perlu ditinjau ulang karena citra adalah bagian dari realitas (yang dicitrakan), melalui tampakan-tampakan (demonstrasi) yang dikuatkan. Yasraf sengaja menggunakan kata imagologi sebagai citra karena pertimbangan adanya pola terorganisasi imaji-imaji dari sebuah citra.

Citra berasumsi bahwa objek (A) berusaha ditampilkan menjadi objek gradasi melalui penambahan atau pengurangan, penyembunyian, dan penampakan. Objek A yang sudah dimonstrasi dan didemonstrasi sebut saja A aksen (A'). Akan tetapi, antara objek A dan A' diasumsikan oleh representator sebagai satu objek saja, A adalah objeknya dan A' adalah citraannya belaka yang tidak eksis. Definisi citra menegasikan adanya tampilan dua bentuk objek yang serupa, identik, mirip, tiruan, citraan, atau disebut *eikos,* yakni A dan A'. Dalam fenomena religuisitas, dapat dilihat dari contoh berikut. Tampakan seorang religius *gnosis* atau sufi, dalam kesehariannya menunjukkan realitas keberagamaan yang tinggi dan ketaatan serta kepasrahan pada Tuhan secara penuh. Segala hal yang ada pada sufi merupakan citra seorang religius sejati. Apabila seseorang bermaksud menampakkan (citra) dirinya sebagai

seorang religius sejati, ia membuat pengurangan dan penambahan pada dirinya agar tampak seperti si sufi. Subjek tersebut menjadi sufi' (aksen) dengan cara menambahkan bagian yang menyerupai atau mengambil elemen tertentu berupa simbol dan tanda yang biasa terdapat pada sufi *gnostik*. Tujuannya agar ada *semblance* (keserupaan) antara subjek (sufi aksen) dan sufi.

Dalam konsepsi citra, keberadaan sufi aksen, atau A', tidak diakui eksis dan menganggapnya hanya tampilan tertentu dari eksistensi A. Eksistensi subjek yang diakui hanyalah A saja, A' tidak eksis. Keberadaan A' sebagai identitas mandiri meskipun hasil duplikasi dinafikan sama sekali. Bagi terminologi citraan A' tidak eksis yang eksis hanya A, citra hanyalah sebuah proses produksi A' tanpa pengakuan eksistensinya. Apabila citra menguat dan dikonsumsi publik, A' telah dianggap sebagai kebenaran sosok A yang *common sense,* yang eksis adalah keberadaan A, bukan A'-nya. Keberadaan A' selalu merujuk pada A. A' adalah perlokusi dari A.

Sama halnya dua benda yang satu asli (A) yang satu tiruan (A'), barang tiruan atau imitasinya, bukan tidak ada sama sekali. Bagi imagologi, duplikasi suatu lukisan berarti ada dua benda, satu asli (oroginal) dan satu duplikat atau turunannya. Jadi, dua-duanya ada dan eksis lengkap dengan cirinya masing-masing. Dengan cara demikian, antara "citra" dan "objek yang dicitrakan" sesungguhnya ada dua. Citra hanya mengasumsikan adanya satu lukisan, yakni yang original. Lukisan duplikat hanyalah bentuk yang ditonjolkan (didemonstrasikan) oleh lukisan sesungguhnya. Lukisan asli justru dimonstrasikan. Citra baik seorang presiden adalah sosok tersendiri hasil duplikasi (monstrasi dan demonstrasi) identitas dirinya. Diri personal (jati diri *an sich* seorang presiden) tetap ada dan bukan sosok yang dicitrakan. Maka, apa yang dicitrakan dan identitas asli terkadang menyimpan deviasi.

Citra merupakan produksi pengada sekaligus penegasian terhadap pengada (*being*). “Produksi dan penegasian” tersebut bisa dilacak dari dialog Plato dalam *Sophist* yang diterjemahkan dan diberi komentar oleh Benjamin Jowett (2004: 3) berikut:

> “The Sophist, like the Phaedrus, has a double character, and unites two enquirers, which are only in a somewhat forced manner connected with each other. The first is the search after the Sophist, the second is the enquiry into the nature of Not-being, which occupies the middle part of the work. For ‘Not-being’ is the hole or division of the dialectical net in which the Sophist has hidden himself. He is the imaginary impersonation of false opinion.”

Citra atau disebut *eidolon* adalah tampilan objek yang tidak sesungguhnya karena A’ gradasi dari A yang tingkat ketidakasliannya memiliki kadar berbeda-beda. A’ bisa berbentuk serupa total dengan A, atau imitatif seratus persen dari objek yang ditirukan, *eikos*. Dengan demikian, citra yang sekadar tampilan replikatif menyebabkan eksistensi dirinya tidak berada dalam wilayah makna *eikon*. Imagologi juga dapat diartikan peniruan yang tidak total dari yang orisinal karena melibatkan elemen penipuan atau ilusi yang tidak dapat dihadirkan oleh citra. Tujuan memasukkan elemen ilusif adalah tercapainya *image*, imajinasi, atau mengandaikan sesuatu yang diserupakan dengan hal yang hendak ditampakkan. Dengan meminjam bahasa Paul Edwards (1967: 136), imajinasi adalah daya untuk membentuk gambaran melalui konsep-konsep mental yang tidak secara langsung diperoleh dari proses pengindraan

Kedudukan imajinasi dalam pra-pengetahuan sangat penting. Seseorang mengindrai benda yang tidak dikenal sama sekali, saat itu yang ada dalam benak kesadaran pikiran orang tersebut tidak lain hanyalah usaha-usaha mengimajikan benda sembari mengajukan pertanyaan: kira-kira benda apa ini? Pada saat seseorang secara sadar menerima sebuah pengetahuan, seketika itu ia membutuhkan peranan

imajinasi untuk memahami bahwa pengetahuan tersebut merupakan *start up* awal bepikir. Pengetahuan merupakan sepenggal rasa tahu seseorang pada satu objek, "ini mangga", misalnya. Perubahan status kata dari "pengetahuan" menjadi "pemikiran" adalah ketika kata "mangga" tidak diimajikan sebagai "bahan melempar". Proses pengetahuan menjadi pemikiran sederhana semacam itu mudah ditemui dalam merumuskan berbagai pemikiran yang lebih kompleks, seperti dalam bidang sejarah. Analog tersebut dapat diambilkan dari proses filsafat kesejarahan. Morton White (1959: 192) memberikan distingsi atas pengetahuan sebagai objek tunggal dan pemikiran sebagai sintesis, analisis, dan seleksi data dari pengetahuan.

> "*...knowledge, it would appear, is a set of proposition which are formally singular, like "Caesar crossed the Robicon" and "washington crossed Delaware" in general contradiction to general propositions like "all bodies attract each other" ana "all gases expand when heated". ... History as thought, on other hand, brings us into realim of synthesis, intepretation and selection; and here a new kind of process takes places a new process wich is to tinged with the value preconception....*"

Dalam ruang imagologi religiusitas, pengalaman-pengalaman religius dipilih, diseleksi, dan diberi interpretasi elemen imajinatif agar dapat diproduksi ulang untuk menghasilkan gambaran yang dikendaki. Misalnya, ritual puasa yang memiliki "citra" sedemikian dahsyat karena repetisi produksi imagologi mengenai momentum Ramadhan sedemikian besar. Hal tersebut berlawanan dengan makna esensial religiusitas puasa. Pada realitas religius sesungguhnya, puasa merupakan ritual yang *khafi* (rahasia), kegiatan religius yang dilakukan tanpa diketahui orang lain, bukan kegiatan yang dibesar-besarkan.

B. Pembentukan Imagologi Menjadi Realitas

Fenomena yang didemonstrasikan dalam produksi imagologi adalah segala kegiatan aktivitas yang dapat diatributkan melalui simbol-simbol agama. Puasa, misalnya, nuansa religius yang dikemas dalam medium-medium menunjukkan segala aktivitas sehari-hari yang bercampur baur dengan atribut agama dan budaya. Segala acara dan aktivitas disentralkan pada ritual puasa sampai jenis pakaian dan komunikasi sosial disesuaikan dengan "nuansa" puasa.

Imagologi merupakan sistem produksi "halusinasi" yang menggunakan ruang imajinasi-imajinasi. Perlokusi hadir dari aksi dan gerak produksi imagologi yang relasinya disesuaikan momen melalui sistem simbol, mengelola aktus-aktus ilusif tertentu untuk menghasilkan *potentia* sesuai relasi dimaksud. Aksi (*action*) atau *actum* adalah sesuatu yang sudah dilakukan atau operasi, fungsi, atau kegiatan yang sudah dilakukan atau sedang dilakukan (Bagus, 2005: 30), dan *potentia* pada imagologi merujuk pada imajinasi massal yang menjadi *common opinion* publik.

Struktur pengetahuan masal (*common opinion*) merupakan hasil imajinasi yang terorganisasi, rangkaian sistem simbol, melalui permainan analitika dengan intensionalitas subjek-objek secara khas. Imagologi, sebagai subjek sekaligus objek, berhubungan dengan momen-momen pilihan saat merajut dan mengonstruksi imajinasi dalam dirinya sebagai objek pengetahuan dan memutuskan posisi konstruksi seperti apa yang hendak disajikan sebagai objek pengetahuan bagi orang lain atau komunitas lain. Fase mengambil keputusan posisi konstruksi antar-aksi dirajut sesuai relasi khas dalam suatu imagologi sebagai objek bagi subjek-subjek lain. Terutama, pada saat imagologi sebagai realitas dijadikan sumber pengetahuan oleh subjek lain. Muatan yang dimainkan dalam ruang imagologi menggeser status ontologisnya dari ada bagi dirinya sendiri dan ada bagi subjek lain.

Lebih tepat jika menghadirkan fenomenologi dalam pendekatan imagologi sebagai suatu sikap, bukan suatu prosedur khusus yang diikuti oleh pemikiran semisal induksi, deduksi, dan teknik berpikir lainnya. Sikap fenomenologis tersebut digunakan untuk mengadakan hubungan langsung realitas dengan imajinasi yang lebih dekat pada intuisi, sesuatu yang sudah ada dalam diri manusia dengan sendirinya. Hubungan "langsung" dengan realitas disebut pengalaman fenomenologis. Unsur utama dalam pengalaman fenomenologis tersebut bukan fakta pada umumnya, melainkan fakta jenis tertentu, yaitu fakta-fakta *phenomen*.

Fakta fenomenologis juga disebut sebagai fakta murni (*eidos*). Fakta fenomenologis berangkat dari intuisi yang ada dalam *mind* atau hakikat yang dihasilkan oleh pengalaman langsung yang tidak tergantung dari ada atau tidak adanya dalam realitas (Pietersma, 2000: 45).

> "It performs the same cognitive role as ordinary perceptions, namely, the role of justifying beliefs, though in relation to intentional acts of greater complexity. Furthermore, there are acts which are not at all about perceptual particulars but about propertiesor essences (as discussed later). In all this, it is important to keep a firm grasp on the Husserlian sense of the term 'intuition'; intuiting or seeing an essence."

Fakta fenomenologis selalu utuh lengkap sepenuh-penuhnya, bukan hanya sebagian karena fakta fenomenologis menjadi dasar bagi fakta natural (indrawi) dan ilmiah (Bertens, 1983: 109). Segala kerangka pemikiran yang ada dalam benak subjek saat berinteraksi dengan objek diberi pengurungan (*epoche*) lebih dulu. *Epoche* adalah peristiwa maya aktus imajinatif yang memulai seluruh permainan tempat subjek menukar tanda dengan sesuatu dan tanda dengan tanda lainya (Ricoer: 155).

Kegiatan religius diamati sebagaimana kegiatan yang demikian adanya, bukan kegiatan yang diberi notasi teks ayat suci oleh pengamat. Misalnya, kegiatan pengajian akbar, dibaca sebagai kegiatan ekspresi

religius yang di dalamnya terdapat iklan produk, pesan sosial, dan kerap ada artikulasi politik serta menggunakan ruang publik sebagai sarana menggelar kegiatan keagamaan. Notasi teks suci merupakan latar yang memberikan konstruksi pemahaman pada orang lain yang melihat pengajian akbar sebagai kegiatan dakwah *an sich*, kegiatan yang melulu berbasis hubungan Tuhan-manusia (sakral) sehingga kepentingan sosial lain harus mengalah pada kegiatan tersebut.

Fenomena semacam pengajian akbar, tausiyah, di layar kaca memperingati hari raya bersama, dan varian ekspresi kegiatan agama yang lain adalah imagologi religiusitas yang sudah menjadi realitas, ada, secara mandiri. Lepas dari realitas asli yang diimagokan, realitas tidak terbatas pada apakah ia bisa disentuh atau tidak, ekspresi keagamaan itulah yang menjadi objek pengamatan dari fenomenologi agama. Maka, kehadirannya harus dianggap ada, baik dalam bentuk pengalaman objek atau subjek, hadir bagi orang yang diamati dan bagi pengamat.

Muncul pertanyaan bagaimana fenomena religiusitas itu menjadi realitas yang diterima banyak orang sekaligus? Padahal, ia adalah hasil pengorganisasian imaji dan imajinasi atau kerja imagologi religiusitas saja, bukan fenomena riil. Di manakah letak kebenarannya ketika mentautkan ekspresi religiusitas menjadi realitas imagologi dan dianggap sebagai realitas?

1. Aspek Intensionalitas

Aspek intensionalitas adalah kesadaran yang tertuju secara penuh pada objek, bukan hubungan persepsi terhadap objek tanpa kesadaran yang disebut *empty intention* (Pietersma, 2000: 43). Objeknya, dalam hal ini adalah fenomena agama yang diperlakukan sebagai bahan pengetahuan bagi orang lain secara sadar oleh persepsi imagologi (produser) sebagai subjek. Imagologi sebagai subjek berganti menjadi objek pengetahuan bagi orang banyak yang memersepsi imagologi religusitas.

Imagologi religiusitas dipersepsi sebagai realitas mandiri yang memberi pengetahuan tentang ekspresi keagamaan secara massal, terutama ketika ia diterima sebagai kebenaran yang jamak atau diterima sebagai kebenaran umum. Kebenaran yang jamak memosisikan bahwa kebenaran itu bisa dipersepsikan, memiliki tingkat sensibilitas yang terindrai bagi semua orang, objeknya hanya yang *common sensible,* bukan yang *common experience.* Perlu dibedakan antara *common experience* dan *common sensible* karena yang menjadi realitas terindrai (*sensible*) adalah pengalaman keagamaan dalam wujudnya sebagai imagologi religiusitas. Publik tidak mengalami pengalaman yang sama dari imagologi religiusitas karena yang dikonsumsi atau diindrai bukanlah pengalaman agama yang sesungguhnya. Publik tidak terlibat langsung dalam suatu kegiatan keagamaan sehingga tidak ada kesamaan pengalaman (*experience*), yang ada hanya kesamaan dalam memersepsi kegiatan keagamaan dalam bentuk imagologinya.

Pengajian akbar menjadi realitas imagologi yang terindrai, dari mana pun kita melihatnya, sebagai fenomena mandiri yang tidak dikaitkan dengan pikiran apa pun, termasuk teks agama. Pengajian akbar menjadi *common experience* bagi para peserta yang hadir yang berasumsi bahwa pengajian akbar adalah sebentuk ritual, ekspresi keagamaan sebagaimana diwajibkan dalam kitab suci. Maka, mendatangi dan ikut terlihat di dalamnya adalah kegiatan religius berderajat ibadah. Akan tetapi, realitas imagologi religiusitas yang diterima oleh publik sebagai fenomena agama justru ketika lebih banyak orang yang tidak terlibat dalam kegiatan tersebut "ikut" melihat, mengindrai, adanya kegiatan agama pada saat kegiatan berlangsung atau jauh sesudah kegiatan itu tinggal rekaman sejarah. Lebih banyak orang yang tidak terlibat dalam acara pengajian akbar, tapi mengetahui atau mengikuti pengajian akbar tersebut dari realitas imagologinya saja. Berkat imagologi, ada pengetahuan masyarakat umum (*common sense*) tentang kegiatan tersebut, dan pada saat itulah segala macam imagologi religiusitas

diterima sebagai realitas fenomenologis agama. Orang yang terlibat dalam pengajian akbar sebagian berasumsi bahwa dirinya mengikuti ritualitas agama, sedangkan imagologi yang terbentuk justru bisa jadi sangat beragam tergantung elemen yang dimonstrasikan dan didemonstrasikan.

Common sense merupakan aktivitas yang sifatnya umum, persepsi bersama—tepatnya pengetahuan bersama—yang meliputi persetujuan bersama dan mendatangkan pendapat umum tentang sesuatu objek tertentu yang memiliki kesamaan (Mintaredja, 2003: 1). Kesamaannya adalah persepsi publik (sebagai subjek) yang menangkap, menjadi tahu melalui imagologi tentang adanya pengajian akbar, bukan pengajian akbar tersebut, melainkan imagologinya.

Derajat persepsional akan sangat berlainan antara persepsi umum orang-orang yang terlibat dalam pengajian tersebut dan orang yang tahu "ada" pengajian akbar melalui imagologi religiusitas. Pengetahuan antara satu peserta dan peserta lain juga akan berbeda-beda, tergantung dari sudut mana mereka menilai, menggunakan rekaan imajinasi yang bagaimana, dan proses mengolah persepsi objek sepotong demi sepotong kegiatan yang beriringan selama pengajian berlangsung. Demikian juga bagi orang-orang yang tahu pengajian akbar tersebut sebagai pengetahuan yang *common sense* melalui realitas imagologi keagamaan semata.

Hospers, sebagaimana dikutip Abbas Hamammi Mintaredja (2003: 2), mengartikan *common sense* memiliki makna sebagai kemampuan yang dimiliki manusia dalam kedudukannya sebagai subjek yang ingin mengetahui dalam rangka kegiatan menjadi tahu, selain kemampuan untuk tahu melalui indra, rasio, intuisi, dan keyakinan. *Common sense* merupakan jalan untuk tahu selain indra, rasio, intuisi, dan keyakinan. Status ontologisnya hanya sebuah kemampuan aktivitas bersama, tetapi memiliki kemampuan memersepsi, memahami, dan memutuskan

tentang sesuatu objek secara langsung dalam hal menggunakan imagologi religiusitasnya.

Dengan demikian, disimpulkan bahwa imagologi religiusitas sebagai realitas terwujud ketika kehadirannya sebagai objek yang secara langsung bisa dicermati dan dihadapi langsung oleh subjek (individual ataupun secara massal). Misalnya, objek "kuliah tujuh menit" yang ada di layar kaca. Ini adalah imagologi religiusitas tentang fenomena keagamaan yang disaksikan langsung oleh orang banyak (subjek). Subjek tidak melihat kuliah tujuh menit dalam realitas nyata, tetapi melihatnya dalam bentuk imagologi atau sederhananya disebut *semblance* (keserupaan) kuliah tujuh menit' (kuliah tujuh menit aksen).

Imagologi kultum tersebut memenuhi syarat objek yang tetap, konstan, dan tidak banyak mengalami perubahan. Peristiwa kultum sebagai ekspresi religius (ibadah) sudah berakhir dan tidak bisa diulang. Bahkan, jika direproduksi (produksi ulang), kembali yang tercipta hanya perulangan yang sama sekali berbeda, hanya menyerupai. Hal ini analog dengan proposisi manusia selama hidupnya tidak akan bisa menghirup udara yang sama dua kali. Pengetahuan tentang kultum dan pengetahuan dari konten kultum merupakan imagologi pendidikan agama yang sudah menjadi realitas mandiri yang berlangsung terus-menerus dalam *eikos*nya.

Kembali pada Plato yang mengenalkan konsep *eikos*, imitasi objek original (A'), berkaitan dengan *common sense* sebagai pengetahuan yang umum, dimiliki orang kebanyakan, persepsi orang kebanyakan tentang suatu objek sederhana dan tiruan. Pengetahuan yang disandarkan pada objek imitasi disebut sebagai pengetahuan *eikasia* dan memiliki derajat pengetahuan yang paling bawah karena bukan pengetahuan tentang objek yang sesungguhnya (Mintaredja, 2003: 4). Meskipun hanya *eikasia,* pengetahuan yang didapatkan dari imagologi tidak berderajat

rendah sebagaimana *eikasia* Plato yang menyimpulkan proses *eikasia* dari pengetahuan terhadap bayangan oleh manusia gua.

Dalam postulat imagologi di atas, yang diketahui adalah objek *copy*-an A' dan bukan objek A tanpa aksen (original). Teori Plato ini mengerucut pada alegori "manusia gua" Plato: subjek hanya mengetahui (objek) manusia dari bayang-bayang yang terpantul pada dinding goa. Hasil pengindraan si manusia gua tentu saja tepat jika pengetahuannya disebut berderajat rendah karena bayang-bayang di dinding gua sama sekali bukan manusia. Bukan pula A', imitasi atau ilusi yang sengaja diproduksi dan bukan pula citraan. Ada perbedaan dalam mengindrai objek bagi si manusia gua.

Perbedaan tersebut merujuk pada pembagian objek yang didasarkan pada *visible objects* (objek yang diindrai) dan *intellegible objects* (objek pemikiran). Tidak tepat untuk menyimpulkan pengetahuan terhadap bayang-bayang manusia gua sebagai *visible objects* yang dihakimi bagai *intellegible objects*. Derajat rendah *eikasia* manusia gua karena objeknya hanya diindrai dan ia tidak memikirkan bahwa manusia, si manusia gua sendiri serta sesuatu di luar sana yang belum pernah dilihatnya serupa dengan bayangan. Manusia gua yang memverifikasi pengetahuan dirinya dengan berpikir tentang "manusia", "objek di luar sana", dan objek-objek yang belum pernah dilihatnya merupakan objek pemikiran dan bukan objek pengindraan. Hal tersebut barangkali merupakan kealpaan Plato dalam membuat alegori manusia gua yang menghasilkan pendapat bahwa pengetahuan *eikasia* berderajat rendah. Kealpaan Plato terjadi karena secara reduktif menyamakan pengetahuan hasil pengindraan dengan hasil pemikiran. Si manusia gua berpikir tentang dirinya dan objek di luar dirinya bukan mengindrai objek di luar gua.

Pengetahuan *eikasia* merujuk pada A', imitasi, duplikasi, atau citraan suatu objek. Maka, dapat dikatakan pengetahuan tersebut

cukup valid sejauh subjek memersepsikannya demikian. Bayang-bayang bagi manusia gua adalah valid sejauh ia memersepsikannya demikian. Komparasi antara hasil persepsinya dan wujud riil objek tidak dapat dilakukan karena perbedaan status ontologis objek yang dipersepsi.

Bayang-bayang manusia tidak dapat dikomparasikan dengan bentuk manusia. Ada semacam "loncatan" pemikiran hasil rekaan Plato yang mengandaikan bahwa si manusia gua menganggap manusia adalah seperti bayangan di dinding gua itu. Plato mengandaikan satu perspektif, yakni si manusia gua memverifikasi "bayangan" kepada "manusia". Kemungkinan ada pengandaian lain (dan sangat bisa jadi) bahwa sesungguhnya manusia gua tidak memiliki pengetahuan tentang manusia sama sekali sebab yang ia ketahui merupakan pengetahuan tentang bayang-bayang. Jadi, tidak ada pembandingan, barangkali, Plato sendirilah yang mengantarkan imajinasi kita atau imajinasi kitalah yang mereka-reka bahwa si manusia gua memiliki pengetahuan manusia berbentuk bayang-bayang, hingga sampailah pada kesimpulan si manusia gua keliru. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pengetahuan tentang "bayang-bayang" manusia bagi manusia gua Plato bukanlah pengetahuan berderajat rendah. Pengetahuan *eikasia* tidak berderajat rendah, demikian pula pengetahan *eikasia* imagologi sama sekali tidak berderajat rendah.

Terkait dengan status *eikasia* (yang dianggap berderajat rendah), ada baiknya menilik kembali pembagian empat tingkat pengetahuan menurut Plato dalam *Republic*. Pertama, pengetahuan yang diperoleh melalui akal intelek manusia (*intelligence*). Kedua, pengetahuan yang diperoleh melalui aktivitas penalaran (*reason*) yang biasanya dilakukan dengan cara deduktif. Ketiga, pengetahuan yang berdasarkan pada pengetahuan orang kebanyakan biasanya berkaitan dengan objek-objek yang dijumpai dalam aktivitas fisik keseharian. Keempat, pengetahuan

yang didapatkan melalui impresi tidak langsung berupa pemahaman-pemahaman yang dianut orang kebanyakan (Plato, 1987: 249).

Pengetahuan *eikasia* bersifat ilusi karena berbasis pencerapan *secondhand,* yakni pemahaman orang kebanyakan tentang suatu objek. Pemahaman orang kebanyakan tersebut belum tentu benar atau berhasil menggambarkan keseluruhan objek secara tepat. Objek pemahaman yang dipahami orang kebanyakan terbatas pada *visible objects*, bukan pada *intellegible objects.*

Eikasia tidak keliru, apalagi berderajat rendah dalam hal bayangannya berupa imagologi yang diwujudkan dalam film kontemporer. Bayangan manusia sebagaimana terpantul melalui cahaya pada dinding putih layar bioskop atau layar proyektor merupakan tampilan wujud manusia yang demikian adanya. Bayangan di layar kontemporer itu sudah diberi masukan elemen non-riil objek, yang ilutif, dan bukan karakter yang sesungguhnya yang melekat pada objek. Hasilnya, objek manusia yang A'. Pencahayaan, *editing, make up, setting*, dan penataan *background* adalah bagian dari elemen ilutif yang dimasukkan dalam gambaran objek. Apalagi, adanya elemen-elemen non-riil, seperti spesial efek, *sound effect*, *stuntman*, penataan adegan, penataan dialog, dan naskah.

Semblance (penyerupaan) dari kuliah tujuh menit atau pengajian akbar dalam layar-layar tersebut bukan sekadar kopian, tiruan dari ekspresi religius, ia hadir seperti objek utuh adanya. Pembeda satu sama lain *semblance* (penyerupaan) pengajian akbar, yaitu struktur relasi dan aksi-gerak yang dibangun saat menentukan elemen ilutif mana yang hendak dimasukkan dalam proses mengimagologikan fenomena religiusitas.

Perlu digaris-bawahi bahwa c*ommon sense, common opinion* sama sekali bukan imagologi. Dua *common* tersebut merupakan pengetahuan publik, pengetahuan orang kebanyakan tentang suatu objek. Tepatnya,

hanya perlokusi imagologi. Tidak ada rekayasa, memasukkan elemen ilutif, penentuan struktur relasi aksi dan gerak tertentu agar orang kebanyakan memahami suatu objek seperti yang dikehendaki subjek pertama (produsen imagologi).

Imagologi nyaris dapat dihampiri melalui landasan epistemologi menggunakan pendekatan Berkeley, bahwa *common sense* merupakan pengetahuan orang kebanyakan tentang kenyataan sehingga bukan merupakan ide yang sesungguhnya karena tidak menunjukkan evidensia yang dapat dipertanggungjawabkan (Mintaredja, 2003: 5). Kalimat yang menjadi alasan Berkeley sebelum tanda koma kedua kalimat di atas (...ide yang sesungguhnya...) mesti diberi *epoche* dulu terkait dengan status imagologi. Proposisi tersebut memberi penegasan bahwa *common sense* bukan ide yang sebenarnya. Setelah koma kedua, kalimat berikutnya berbunyi "karena tidak menunjukkan evidensia yang dapat dipertanggungjawabkan" cukup menarik perhatian, tetapi tidak berlaku pada *intellegible objects* dan objek-objek yang *semblance*, yakni imagologi. Proposisi "sesungguhnya, karena tidak menunjukkan evidensia yang dapat dipertanggungjawabkan" menunjukkan persoalan pembenaran atau masalah bagi adanya teori kebenaran.

Pada dasarnya, masalah evidensia dapat diberikan sejauh bukti-bukti yang diminta merujuk pada pembuktian adanya ide ilutif, yaitu ide yang dipersepsi banyak orang melalui cerapan indranya. Kenneth T. Gallagher mengartikan evidensi sebagai cara bagaimana kenyataan hadir bagi subjek, atau diartikan sebagai perwujudan dari akal dan bagi akal (Hadi, 1994: 104). Tidak sepadan jika meminta pembuktian kehadiran objek riil menggunakan persepsi orang banyak yang cenderung bersifat non-riil. Hanya subjek sebagai diri sendiri yang dapat menerangkan objek menurut adanya objek yang berdasarkan sensasi ada bagi dirinya sendiri. Ketika dikomunikasikan, ia (objek) mengalami reduksi sejauh ekspresi, pengetahuan dasar, sudut pandang,

dan imajinasi yang lahir dalam diri subjek saat mencerap objek. Keadaan dikomunikasikan membuat persepsi subjek tentang objek bervariatif. Variasi atau kemajemukan persepsi atas objek berjumlah sebanyak orang (subjek) yang memersepsinya dan tidak dapat disatukan untuk membuktikan derajat riil objek.

Sangat sulit memperoleh suatu evidensi tentang objek dalam wujudnya sebagai konstruksi yang asli, hanya individu-individu pengindra objek yang dapat melakukan verifikasi. Orang kedua (*secondhand*) yang mendengar konstruksi objek melalui susunan kalimat orang pertama tidak mampu melakukan verifikasi. Verifikasi orang kedua adalah verifikasi atas pemikiran dirinya mengenai suatu objek terhadap pengetahuan orang kedua dibandingkan dengan kondisi yang ia ketahui sendiri tentang konstruksi asli objek yang sesungguhnya. Orang kedua dituntut untuk berhubungan dengan objek asli jika ingin melakukan verifikasi terhadap konstruksi riil objek. Status "kemajemukan" mengindrai objek merupakan pertanyaan tentang cara bagaimana ada hadir bagi subjek. Hal ini bisa diartikan sebagai akumulasi berbagai cara seperti pengalaman, pencerapan, pengamatan, verifikasi, dan pengujian yang berlaku pada objek-objek yang universal, bukan objek yang partikulir dalam pengamatan. Jadi, prinsip evidensia tidak diperlukan dalam kebenaran imagologi.

2. Aspek Analitika

Analitika sangat berperan dalam menentukan pilihan "narasi" dan rajutan simbol mana yang hendak dijadikan panduan bagi subjek di luar sana yang berguna untuk memersepsi objek. Imagologi tidak hanya berisi sistem simbol, sistem tanda dalam makna semiotik, gambar, dan elemen ilutif yang memandu benak banyak orang sehingga *common sense* berhasil dipahami sebagaimana maksud *producer* (pembentuk imagologi). Pikiran terbiasa mengandalkan imajinasi karena imajinasi

tidak lain suatu fakultas dari representasi spasial. Hardono Hadi (1994: 145) berpendapat bila subjek berurusan dengan kenyataan yang tidak bersifat spasial, lalu menggunakan gambaran spasial tentu akan mengalami kesulitan.

Dalam imagologi religiusitas sudah ditandaskan mengenai contoh narasi jihad dan bagaimana pilihan kata disusun untuk mengabstraksi lantas menghasilkan makna (aksi dan gerak) sesuai sudut (relasi) yang hendak dicapai si pembuat imagologi. Setiap sistem simbol, rajutan-rajutan narasi dihadirkan bukan tanpa makna. Misalnya, dalam proposisi "perang revolusi", apabila proposisi dibuat dalam kalimat, yaitu "Usaha meredam gejolak perang revolusi akhirnya membuahkan hasil berkat aksi penangkapan pemberontak Kartosuwiryo." Pengetahuan *common sense* yang tercipta dari proposisi ini adalah imaji R.M. Kartosuwiryo sebagai pemberontak sehingga layak ditumpas habis. Bandingkan dengan pilihan narasi yang berbeda sebagai berikut "Ketidaksetujuan terhadap sikap revolusi melahirkan proklamasi Darul Islam oleh Kartosuwiryo meski akhirnya dapat dipadamkan melalui serangkaian perang saudara." *Common sense* yang tercipta dari proposisi kedua adalah ketidaksepahaman sikap revolusi yang berbuah perang saudara. Penekanan, pilihan kata *pemberontakan* dan *perang saudara* menghasilkan imaji berbeda bagi benak orang banyak. Imagologi semacam itu bekerja nyata dalam sistem penulisan narasi sejarah selama ini dan sedang berlangsung dalam penulisan narasi agama, dalam setiap penyusunan imagologi.

Hasil pilihan narasi ialah munculnya stigma. Proses pencerapan masyarakat banyak (*common sense*) hanyalah proses bagaimana imagologi berinteraksi menjadi sumber pengetahuan bagi subjek-subjek lain hingga mencapai stigma. Pada gilirannya, stigma menentukan pemahaman orang tentang realitas suatu objek. Stigma yang melekat pada Kartosuwiryo, Masyumi, M.Natsir, Prawiranegara, Partai Islam,

dan gerakan revolusioner Islam merupakan pengetahuan yang tidak memiliki derajat evidensi valid sejauh ia dilekatkan pada *personality* mereka, yakni pribadi-pribadi yang membawa sikap politik konsisten dan *concern* terhadap perjuangan bangsa.

Stigma tersebut juga tidak menunjukkan kebenaran kondisi riil identitas diri mereka sebagai objek imagologi. Hal yang terpenting untuk disadari adalah keterbataan cara berbicara, (menyusun stigma), dan biasanya terus menggunakan gambaran-gambaran spontan tanpa menyadari apa yang tersembunyi di dalamnya akibat adanya keterbatasan (Hadi, 1994: 146).

Persoalan pilihan narasi dalam susunan imagologi meluas pada pemaknaan relasi wanita dalam dunia Islam, penyembelihan hewan kurban, ibadah haji, peringatan hari raya Idul Fitri, puasa Ramadhan, pemberlakuan syariat Islam, dan seterusnya. Disevidensi atau ketidaktepatan penempatan bukti hasil persepsi terhadap objek yang dipersepsi, tidak berhasil menggambarkan objek riil. Disevidensi tersebut di atas dinamakan deviasi imagologi.

Deviasi imagologi berarti memberikan identitas, ciri, dan gejala pada (A') untuk diverifikasi pada (A) sehingga tidak akan pernah dicapai kebenaran tentang (A). Deviasi semacam inilah yang sering terjadi dalam dunia medium, A' sebagai hasil rekaan dan rangkaian imagologi yang telah membentuk stigma diverifikasi sebagai A. Islam A' sebagaimana tecermin dalam stigma imagologi teroris selalu diverifikasikan sebagai Islam A.

Deviasi imagologi berangkat dari persoalan representasi, bagaimana Islam akan direpresentasikan. Pertanyaan "siapa dan apa" yang akan direpresentasi akan mengarahkan bentuk pengetahuan sosial meliputi "permainan" representasi yang hendak menggambarkan objek yang sedang direpresentasi, padahal sebaliknya (Fuller, 2002: 37–38).

"*As we have seen, the general name for this ordering relation is representation, and, for each of expression, I will call the role that languange/ law a play in representation, the repraesentans (Latin for 'that which does the representing', the plural is repraesentantes) and the role of this person play, The repraesentandum (Latin for 'that which representated, the plural is repraesentanda). In that case, the representation maybe seen as either regulating the repraesentanda form outside its domain....*"

Mekanisme representasi menggunakan sistem simbol yang memiliki peranan strategis dalam imajinasi yang akan menjadi perlokusi dan sarana serta tujuan akhir imagologi. Secara umum, simbol dan tanda memiliki struktur dari yang terkecil yang tidak dapat dibagi seperti elemen tanda, hingga bagian terbesar seperti teks. Tanda disusun dalam sejumlah elemen berbeda yang masing-masing dapat berfungsi sebagai tanda. Simbol disusun dari tanda dan tanda disusun dari empat bagian, yaitu *sign elements, sign, icon*, dan *sign asemblance*.

Elemen tanda (*sign elements*) merupakan elemen dasar dalam sistem tanda, yakni bagian yang tidak dapat dibagi lebih kecil lagi. Tanda (*sign*) merupakan perwujudan kompleks elemen tanda atau *sign* ialah kumpulan elemen-elemen tanda. Penyatuan kumpulan-kumpulan elemen tanda, baik visual maupun non-visual, disebut *icon*. Penambahan tanda-tanda audio dalam *icon* menjadi kumpulan tanda ialah *sign assemblance*. Narasi audio plus video dalam tayangan iklan, misalnya, adalah kumpulan tanda (*sign asemblance*). Teks diartikan sebagai bentuk akhir dari kumpulan tanda-kumpulan tanda yang berhubungan secara sistematis dalam suatu narasi dalam *sign asemblance* (Berger, 2005: 133–134).

Komposisi *sign asemblance* (kumpulan tanda, audio, dan visual) inilah yang menentukan bagaimana struktur imagologi. Dalam batas tertentu, bisa dikatakan bahwa imagologi adalah *teks* (kumpulan *sign asemblance*) yang memiliki perlokusi khusus. Namun, ada perbedaan yang jelas antara *teks* dan imagologi. Perbedaan tersebut meliputi komposisi pembentuk *teks*, yaitu *sign asemblance, icon, sign*, dan *sign*

elements secara apa adanya. Komposisi *sign asemblance, icon, sign*, dan *sign elements* pembentuk imagologi adalah "rekayasa" (monstrasi dan demonstrasi), adanya penambahan elemen yang bersifat ilutif, serta proses peniruan (duplikasi). Artinya, *sign asemblace* hanya berhasil menyusun *teks* riil saja, tidak menyusun teks' (aksen) yang selalu mengandung *monstrasi* dan *demonstrasi* dengan perlokusi khusus.

Teks (bukan '*teks*' yang dicetak miring) hanya menghadirkan satu eksistensi, yakni kehadiran keseluruhan teks. Pada imagologi—jika imagologi untuk hal-hal tertentu dan bersifat sementara disebut sebagai *teks*—yang eksis adalah *teks'* dengan tanda aksen sebab kehadiran *sign asemblance*-nya tidak murni apa adanya. Susunannya dipilih sesuai dengan relasi dan aksi yang menghasilkan imajinasi publik tertentu, dan bagian masyarakat mana yang akan disasar (target). Teks yang sesuai dengan imagologi merupakan makna semantik bukan dalam makna semiotik yang menunjuk semua peristiwa sebagai teks.

Perbedaan teks dan imagologi religiusitas tersebut bisa dicontohkan pada bungkus-bungkus daging kurban sebagai elemen tanda (*sign elements*) bagi hewan kurban (*sign*/tanda) dalam Idul Adha (*icon*), suara aroma, dan keadaan ketika penyembelihan hewan kurban (*sign asemblance*) bagi totalitas *teks* bernama Hari Raya Idul Qurban. Imagologi Hari Raya Idul Kurban bisa dinarasikan (imagologikan) sebagai acara "pembantaian" massal hewan atau ekspresi haus darah umat Islam sebagaimana disebut pada bagian I. Sudut pandang tersebut bergantung pada struktur penyuntingan *sign asemblance.*

Kehadiran realitas imagologi Idul Qurban bukan sebentuk perayaan seremoni penyembelihan hewan kurban dan pembagian daging kurban selama acara Idul Qurban, melainkan fenomena (yang ditampakkan) religiusitas yang ada dalam medium-medium. Dengan demikian, imagologi Idul Qurban bukanlah pengalaman para penyumbang hewan kurban, panitia penyembelihan hewan,

pembagi daging, atau si penerima daging. Publik, di Fiji misalnya, mengetahui ada Idul Qurban lewat imagologi yang sampai ke sana. Mereka memaknai berdasarkan imagologi yang sampai tersebut, namun bukankah imagologi yang sampai ke sana bukanlah realitas perayaan Hari Raya Qurban yang sesungguhnya?

Imagologi sebagai realitas dalam fenomena keberagamaan di tanah air dalam era sekarang ini sukar ditangkap secara literer lantaran begitu dekatnya imagologi dengan fenomena religius dan repitisi yang berjubel. Kedekatan tersebut menjadikan keduanya dipandang sama dan hal itu menyebabkan sesat pikir yang selalu berujung pada apa yang disebut deviasi imagologi, yakni sistem yang selalu menyamakan dua objek yang berbeda antara imagologi religius dan fenomena religius.

C. Struktur Pengetahuan Realitas Imagologi

Pengetahuan dapat disebut sebagai hasil dari kegiatan mengetahui. Kegiatan mengetahui dimengerti sebagai tindakan sadar manusia dalam mengalami dan memahami serta mengambil penegasan putusan tentang suatu objek yang sedang dihadapinya. Hasil kegiatan mengetahui manusia memiliki struktur yang dimulai dari kesadaran. Kesadaran memiliki dua kutub, yakni subjek yang menyadari dan objek yang disadari (Sudarminta, 2002: 62).

Imagologi religiusitas tampak sebagai fenomena keagamaan yang disadari seolah objek sesungguhnya—meskipun ia hanya representasi belaka, realitas yang ditampakkan, bukan realitas riil tersebut. Tidak dinafikan jika realitas tampakan itu bersifat *in absentia* bagi kesadaran karena realitas imagologi adalah realitas mandiri yang *semblance* (penyerupaan) dengan realitas yang diimagologikan. Dengan cara demikian, imagologi absah sebagai fenomena tersendiri, bukan fenomena tiruan, terutama jika dikembalikan pada konsep fenomenologi Husserl.

Prinsip segala prinsip menurut Husserl adalah bahwa hanya intuisi langsung (tidak dengan menggunakan perantara apa pun) yang dapat dipakai sebagai kriterium terakhir di bidang filsafat. Husserl kemudian menyimpulkan bahwa kesadaran harus menjadi dasar filsafat. Fenomenologi adalah ilmu (*logos*) tentang apa yang tampak (*phainomenon)*. Fenomena oleh Husserl diartikan sebagai sesuatu yang pada waktu itu, dan sama sekali baru. Fenomena menurut Husserl adalah realitas sendiri yang tampak. Husserl menjelaskan bahwa tidak ada selubung atau tirai (*epoche*) yang memisahkan manusia dari realitas karena realitas tampak bagi manusia (Husserl,1998: 104).

> "*But phenomenological epoche (wich the course of or purifie Cartesian meditations demands of him who is philosophizing) inhibits acceptance of the Objective world as exitent, and thereby excludes this world completely form the field of judgement. In so doing it likewise inhibits acceptance of any objectively apperceived facts, including those of internal experience. Consequently for me, the meditating Ego who, standing and remaining in the attitude of epoche, posists exclusively himself as the acceptances-basis of all Objective acceptances and bases....*"

Filsafat Barat sejak Descartes memahami kesadaran sebagai kesadaran tertutup. Artinya, kesadaran mengenal diri sendiri dan hanya melalui jalan itu untuk mengenal realitas (Bertens, 2002: 109–111). Apa yang ditawarkan Husserl lewat "Paradigma Husserl" bagi filsafatnya adalah mengembalikan persepsi objek kepada benda-benda sendiri (*Zuruck zu den Sachen selbst*).

Husserl melalui pandangannya tentang fenomena ini mengadakan semacam revolusi dalam filsafat Barat karena pemahaman Barat mengandaikan subjek telah mengetahui sesuatu tentang objek pada saat subjek bersentuhan dengan objek. Subjek tidak memersepsi semua hukum-hukum kategori pada diri objek. Relasi-relasi itu hadir dalam intensionalitas subjek yang memersepsikan objek dalam kesadaran diri subjek. Kesadaran selalu mengarahkan dirinya pada objeknya, entah apapun wujudnya, bisa benda fisik, gagasan, atau pun yang

lain. Kesadaran, menurut Sudarminta (2002: 63), tidak pernah tanpa kondisi keterarahan pada objek tertentu.

Jika dikaitkan dengan tradisi postmodern, apa yang ditawarkan fenomonelogi sebagai sebuah metode dengan cara *epoche,* dapat diartikan sebagai usaha melepaskan persepsi subjek pengindra dari objek. *Epoche* meminta subjek menanggalkan semua presumpsi, *prejudice*, dan segala kecurigaan, termasuk nalar yang mapan dalam diri subjek. Apa yang dikenal sebagai strukturalisme selalu mengandaikan (berasumsi) adanya keterkaitan berupa relasi-relasi antara satu objek dan objek lain di masyarakat yang kemudian selalu dapat diurai lewat relasi struktur kebahasaan (Ferdinand de Saussure), struktur sosial (Levi Strauss), relasi dalam sistem wacana (Michel Foucault), adanya sistem dominasi simbolik (Pierre Bourdieu), kehadiran idiom kritis komunikasi (Jurgen Habermas), dan pola-pola hubungan kekuasaan dalam setiap modus perbuatan manusia (Jean Baudrillard). Semua pendekatan yang ditawarkan orang-orang postmodern dan linguistik bertolak dari satu *standspoint* berupa "asumsi" yang satu sama lain berbeda terhadap setiap objek yang diamati.

Keharusan adanya "asumsi", menyebabkan subjek mengarahkan pikirannya terhadap segala pengamatan pada objek dalam posisi curiga sambil mengajukan tanda tanya. Seolah, di balik yang tampak selalu menyembunyikan (monstrasi) sesuatu, baik kekuasaan, relasi sosial, maupun dominasi kelas tertentu. Usaha menyibak asumsi-asumsi yang disembunyikan dinamakan demonstrasi dengan jalan paparan pernyataan wacana (Baudrillard, 2006: 19). Selain nama-nama tersebut, ada beberapa pemikir postmodern yang tidak menggunakan asumsi-asumsi sebagai landasan pijak filosofisnya, seperti Paul Ricoeur yang menggunakan metode fenomenologi dalam merumuskan hermeneutikanya dengan cara memberikan catatan kritik Husserlian (Ricoeur, 2008: 135). Senada dengan Derrida, tujuan filsafat adalah

untuk memulihkan memori tentang petanda yang bebas dan untuk menemukan kembali *urwroter* (kata asali) bahasa-bahasa dunia dengan cara belajar agar mampu melampaui keterbatasan logika signifikansi (logika sistem penandaan) (Spivak, 2003: 25).

Bagaimanakah status imagologi religiusitas dalam kaitannya dengan posisi tokoh-tokoh tersebut? Barangkali, tidak berlebihan jika menyatakan bahwa imagologi membenarkan metode filsafat kecurigaan. Namun, menggunakannya hanya dalam batas untuk membangun struktur epistemiknya, sekaligus menyusun memori manusia terhadap tanda-tanda tertentu. Imagologi religiusitas tak lain tafsiran terhadap fenomena aksen bagi pengalaman religius yang original. Husserl menawarkan terminologi yang disebutnya tafsiran idealistis (Ricoeur, 2008: 136).

Salah satu kunci ketercapaian intensionalitas dalam tafsiran idealistis adalah deduksi ataupun konstruksi yang berdasarkan pada "arena pengalaman" (*erfuhrungsfelds*). Arena tersebut memperlihatkan bahwa fenomenologi tidak menunjuk tempat lain, tetapi pengalaman sehingga memungkinkan banyaknya penakanan karakter *a-priori*, pereduksian menjadi *eidos*, peranan imajinasi, karakter pengalaman, dan kemungkinan intuitif (Ricoeur, 1008: 138).

Imagologi berstatus sebagai realitas mandiri, bukan realitas idealitas tafsiran yang memiliki struktur terkait suatu tujuan dengan jalan menyusun gambaran atas realitas originalnya sesuai aksi, gerak, dan relasi yang dikehendaki. Imagologi memiliki sasaran berupa terbangunnya imajinasi publik tentang objek yang diimagologikan.

Jadi, jika dilihat dari kacamata filsafat kecurigaan, imagologi selalu mencurigai bahwa di setiap narasi selalu menyembunyikan adanya suatu struktur wacana tertentu. Imagologi religiusitas memantapkan status epistemologisnya dengan cara mengolah kecurigaan sebagai basis dan alasan membangun *sign asemblance* yang tidak apa adanya, tapi

bersifat manipulatif. Imajinasi publik tentang fenomena agama atau pemahaman tentang fenomena religius direpresentasi oleh imagologi. Proses direpresentasi bukanlah pernyataan pasif, melainkan kegiatan aktif pengulangan makna presentasi. Misalnya, komunitas pecinta binatang di Barat memproduksi imagologi Idul Qurban sebagai hari pembantaian massal hewan, hari ketika umat Islam meluapkan nuansa haus darahnya (Hidayat, 2001: 5). Propaganda iklan produk susu dibungkus dalam tajuk "Buka Bersama Anak Yatim" (iklan Ramadhan 2009, TPI), ceramah agama dalam alunan Tour Yamaha Religi", dan seterusnya.

Jika ditinjau dari esensinya, ekspresi religius berupa kegiatan "memberi makan anak yatim piatu" merupakan suatu ekspresi agama dalam konteks kesalehan sosial. Ceramah agama tak lain dari gerakan dakwah menyeru yang baik mengajak meninggalkan kejahatan. Sedangkan, pada imagologi religiusitas yang menampilkan realitas keagamaan berwujud "Tour Yamaha Wisata Religi" atau "Buka Bersama Susu Bendera" telah menyatukan simulasi konsumsi dengan kegiatan keagamaan. Simulasi ialah menggantikan tanda dengan petanda untuk dikonsumsi. Masyarakat membeli rumah dengan cara mengonsumsi maket bangunannya, membeli produk dengan cara membeli tanda *image* yang dilekatkan suatu produk. Imagologi keagamaan yang diproduksi tersebut tidak seratus persen sama dengan ekspresi religiusnya yang sesungguhnya sebab memasukkan unsur ilusif berupa penegasan produk, propaganda, komunikasi, dan pemakaian *icon* produk dalam *sign asemblance* keseluruhan acara. Sisipan semacam itu tidak bisa dihindarkan.

Pilihan *icon* (pembentukan *sign asemblance*) menyebabkan terjadinya reduksi fenomena religius menjadi imagologi religius. Sebagaimana disebut terdahulu, imagologi menyasar imajinasi publik sehingga peran struktur tanda berhubungan dengan *goal* konstruksi

imajinasi yang seperti apa (bertujuan membentuk konstruksi sosial keagamaan). Contoh, struktur tanda "hewan kurban" (sign) menyimpan kumpulan tanda lagi, di antaranya hewan sapi, atau kambing; kambing jenis apa, sapi jenis apa. Masing-masing jenis mengindikasikan gejala tertentu dan masih banyak hal lain yang bisa dianalisis, mulai dari cara pengiriman hewan, diperlakukan seperti apa si hewan kurbannya, dan seterusnya. Pembeli kurban sapi atau kurban kambing menandakan suatu kemampuan finansial tertentu, demikian pula jenis hewan, semakin mahal jenis hewan kurban, menandakan dari strata sosial seperti si pemilik hewan kurban. nalisis tanda-tanda penyerta itu cukup penting karena jenis hewan, cara pengiriman hewan kurban—menggunakan becak, atau truk, atau mobil khusus—mengindikasikan status pemilik hewan kurban yang dilihat melalui petanda. Cara memperlakukan hewan kurban itu pun mengindikasikan sistem religi yang melekat pada pemiliknya. Masing-masing petanda penyerta merupakan bangunan imajinal yang berkait dengan struktur tertentu.

Contoh hewan kurban ini kurang kompleks dalam hal kekayaan tanda-tanda dibandingkan penggunaan contoh pada "upacara inisiasi" dalam sistem religius adat masyarakat Papua ataupun Jawa yang dipenuhi konsumsi simbol dan petanda. *Selametan,* misalnya, yang menandakan diterimanya suatu maksud, simbol, dan petanda selalu termaktub dalam setiap kehadiran gunungan nasi, jenis makanan pendampingnya, pilihan warna nasi, dan bentuk kemasannya. Setiap tanda tertentu menandakan makna-makna tertentu pula. Nasi kuning, bubur merah, kuah gulai, dan kolak menandakan suatu kekhasan sistem tanda tertentu.

Semakin tinggi dan rumit susunan tanda yang dipakai menandakan ketinggian imajinasi para pelakunya. Air *cement* (sperma) bagi suku di Papua merupakan tanda kesuburan, kemakmuran, dan *cement*

akan dibalurkan pada tiang penyangga rumah, dioles pada senjata untuk berburu, atau disebar di kebun mereka dengan harapan beroleh kesuburan dan panen melimpah. Bagi sistem religi di Jawa, penggunaan padi dalam bungkus khusus dipadu daun sirih sebagai tanda kesuburan. Acara *selametan* yang dipenuhi kompleksitas *sign. Icon* juga melambangkan hasrat kesuburan. Sebaliknya, tanda guratan pada patung-patung di Papua menandakan kompleksitas imajinasi berkait *mythe* tertentu. Demikian pula guratan berpola bunga-bungaan, juluran tetumbuhan dalam tradisi pahatan Jawa melambangkan suatu maksud tertentu pula. Semakin kompleks *sign, icon,* dan *sign asemblance* yang dipakai untuk membangun teks imagologi menandakan derajat kompleksitas imajinatif.

Pada saat imagologi menyasar target masyarakat Kejawen, tanda-tanda, seperti gunungan, *selametan*, bunga, dan jajanan *juadah pasar,* dipakai sebagai *icon*. Jika menyasar masyarakat Arab, tanda yang dirujuk antara lain kurma, gulai, kebab, dan acara syukuran. Jika menyasar masyarakat rasional, Islam rasionalistik, pilihan *icon,* dan *sign asemblance* yang dipakai adalah pemikiran Sayyed Hosein Naser, Fazlur Rahman, atau Harun Nasution, Jalaludin Rakhmat, Mulyadi Kertanegara, atau Machasin. Jika menyasar Islam sebagai agama kelas dua, bertendensi dehumanistik (kurang menghargai nilai-nilai kemanusiaan), pilihan *icon* atau *sign asemblance* yang dipilih tersedia dalam hasil penelitian kaum orientalis, semacam Edward Mortimer atau Annemerie Schimmel. Jika menyasar dialog *interfaith*, imagologi bisa memilih teks Karel Steenbrink yang mencoba mengatasi *prejudice* dan mispersepsi Barat tentang Islam.

Masing-masing teks memberikan impresi tersendiri, atau dalam terminologi fenomenologi, pilihan teks sebagai objek memiliki intensionalitas yang khas pada kesadaran. Tujuan yang hendak disasar imagologi menentukan reduksi apa yang dilakukan medium.

Tanda didefinisikan sebagai tempat sesuatu yang benar-benar lain (*the completely others*) diperkenalkan sedemikian rupa—tanpa adanya penyederhanaan, identitas, penggabungan, atau kontinuitas—dalam waktu yang sama sekali berlainan dengan sesuatu yang lain tersebut (Spivak, 2003: 25).

Pembahasan pemakaian tanda-tanda tertentu (*sign*) dalam medium bukan barang baru sebagaimana ditunjukkan Roland Barthes (1983: 3–7) dalam *Mitologies* tentang pertandingan gulat yang menggunakan cahaya sebagai bagian dari dramatisasi suasana, gestur pegulat, dan tanda tubuh yang menunjukkan kekalahan atau kemenangan, membuat penonton bereaksi secara emosional. Gulat, menurut Barthes, seperti penulisan proses diakritik: di atas makna dasar tubuhnya pegulat mengatur komentar yang bersifat episodik, namun selalu diatur dengan rapi dan secara konstan membantu pembacaan pertarungan secara keseluruhan (Barthes, 1983: 8).

Apa yang dijelaskan Barthes berbeda dengan model imagologi. Konstruksi permainan semiotika yang dimaksud Barthes ada pada *sign,* yaitu tanda mana menentukan apa. Tidak ada elemen ilutif untuk mengkreasikan gulat aksen dengan sasaran khusus. Tanda kekalahan diperlihatkan dengan gestur gontai, objek bulan-bulanan ditambah sedikit teriakan lunglai, tanda kemenangan dengan terikan lantang, hentakan keras di matras ring. Tanda tersebut bukan elemen ilutif meskipun menghasilkan ilusi suasana sebagaimana dituju pemainnya. Emosionalitas yang bereaksi artikulatif terhadap momen pencahayaan dan gestur bukan menggambarkan wacana, tetapi impresi atas keadaan.

Realitas imagologi religius tidak memilih "gestur khusus" sebagai satu-satunya pemeranan karakter impresif. Memang gestur, sebagaimana dipertunjukkan oleh Jeffrey al Bukhori, Yusuf Mansyur, Neno Warisman, atau Gito Rolis ikut bermain dalam realitas

imagologi. Akan tetapi, hal itu hanya menampakkan pilihan dimensi *sign* saja. Dari titik tersebut, kiranya bisa terlihat bagaimana reduksi agama mulai tampak, tidak perlu sampai menyentuh dimensi *icon, sign asemblance*, apalagi "memparafrasekan" *teks*. Reduksi yang pada tahapan tertentu berpengaruh pada kehadiran imagologi seperti apa yang dikehendaki. Tuturan Jefrey, pilihan kata, gestur, dan maksud yang diutarakan dalam wacana yang melatari materi pengajiannya baru menunjukkan *sign asemblance*. Kecenderungan pada corak (pemikiran) Islam tertentu adalah *icon*-nya, sampai tahap tertentu tercapai *teks* total dari awal hingga selesainya ekspresi religius, acara ceramah keagamaan atau "Tausiah bersama Jefrey Al Bukhori".

Tidak ada yang salah atau keliru dari karakter semacam itu, yang mengundang pertanyaan menarik justru pada bagaimana (perspektif hermeneutis) Jefrey mengambil putusan teks demikian sebagai pilihannya, bukan teks model lainnya. Jawaban atas pertanyaan ini tidak mudah karena imagologi selalu bersembunyi dalam imaji-imaji, yang bisa dilihat hanyalah imajinasi yang terpantul pada *common sensible* (*commom opinion*) publik atas realitas religius semacam itu. Itulah yang membedakan Jefrey dari Zainuddin, style ulama A dan style ulama Oe, dan seterusnya.

Prinsip pemenuhan evidensi pada *common sense* sebagaimana diminta oleh Berkeley mengarah pada persoalan verifikasi pernyataan objek. Tuntutan semacam itu tampaknya menjadi hal yang umum terjadi pada tradisi bercorak skolastik, yakni pengetahuan hanya ada di dalam penafsiran pernyataan yang bisa salah arah (Hadi, 1994: 25). Penafsiran berasumsi bahwa pengetahuan, proses tahu, dihubungkan secara erat dengan pernyataan atau penyangkalan. Misal, pernyataan "jika tidak A (penegasan), maka non-A (penegasian)".

Pengetahuan keagamaan di benak masyarakat adalah tafsir majemuk, sebuah persepsi majemuk yang tidak bisa diukur berdasarkan penegasan

atau penegasian pernyataan terhadap objeknya. Ukuran pembenaran pengetahuan atau penilaian masyarakat pada perilaku kedermawanan sosial yang membagikan sekantung beras pada masyarakat miskin tidak didasarkan pada penegasan atau penyangkalan berlangsungnya peristiwa tersebut. Pernyataan berarti memberikan status ontologis objek, bahwa benar peristiwa pembagian beras berlangsung, memang ada, demikian juga penyangkalan memberikan ketegasan ada atau tidak adanya peristiwa. Pengalaman atau hasil persepsi tidak terbatas pada benar atau salah sebagaimana penyangkalan dan pernyataan.

Sikap masyarakat yang menangkap realitas imagologi religiusitas berhubungan erat dengan ekspresi pemahaman secara sadar, proses intensionalitas objek oleh individu-individu sebagai subjek. Jadi, "evidensi" yang lebih tepat bukan semata-mata penerapan konsep-konsep sensibilitas indrawi mengenai objek imagologi yang partikulir, melainkan proses sadar yang melingkupi pertimbangan ketika berhubungan dengan mekanisme persepsi, perangkaian ide, dan penalaran yang mencakup totalitas pengalaman, seperti aspek non-kognitif. Bukankah yang dimaksud evidensi adalah sesuatu yang jelas dengan sendirinya. Kejelasan objek dalam aspek makna yang disembunyikan (nomena) dan yang sesuatu yang direfleksikan (fenomenon). Fenomenon adalah gambaran nomenon (Ouspensky, 2005: 221).

D. Perubahan Subjek-Objek dalam Imagologi

Perubahan subjek-objek imagologi adalah perubahan posisi imagologi dalam struktur pengetahuan yang bersifat *common sensible*. Imagologi sebagai objek terjadi ketika ia menjadi sarana penyampai adanya suatu realitas fenomena religius atau sesudah produksi imagologi berlangsung. Pada saat memproduksi dan menyasar struktur imajinasi, subjek seperti apa yang akan dituju bertalian dengan adanya fenomena religius tertentu yang hendak dibangun, itulah posisi imagologi sebagai subjek.

Imagologi ada dalam kesadaran manusia yang mereproduksi (memproduksi ulang) imajinasi, *sign asemblance, icon,* dan *sign* hingga utuh menjadi teks. Hal tersebut menggambarkan salah satu dimensi dari perubahan status subjek-objek imagologi, yakni imagologi yang eksis dalam kesadaran manusia (*producer*), baik manusia yang mengalami realitas pengalaman religius maupun manusia yang menerima imagologi religiusitas sebagai pengetahuan (dimensi eksternal). Misalnya, masyarakat bisa mempersepsi adanya tayangan religius *Hidayah* (teks) yang sebenarnya merupakan produksi imagologi dari pengalaman beragama salah satu pemeluknya.

Dimensi lain dari status perubahan subjek-objek imagologi adalah transformasi dalam dirinya sendiri (dimensi internal). Fenomena keagamaan yang menjadi objek pengetahuan imagologi dan imajinasi, pilihan, pertimbangan struktur imagologi adalah subjek tahu. Menurut Gallagher subjek yang menangkap fenomena keagamaan sebagai objek dan menyusun pertimbangan tidak boleh dilihat hanya dengan cara ahli logika atau ahli tata bahasa melihatnya (Hadi 1994: 27).

Prinsip verifikasi berdasarkan evindensi tidak bisa diterapkan pada imagologi. *Standspoint* evidensi bahwa di dalam persepsi kita sebagai subjek langsung sadar akan adanya objek-objek lain, objek yang bersifat umum, yakni objek yang bisa dipersepsi oleh banyak pengamat secara tidak terbatas. Objek-objek tersebut bersifat permanen yang dianggap selalu sama baik saat dipersepsi atau tidak. Seolah di dalam adanya objek, menyimpan eksistensi kualitas-kualitas sebagaimana dipersepsi kita.

Imagologi luput dari metode verifikasi yang dituntut Berkeley karena imagologi tidak selalu permanen, baik segi kualitas yang eksis dalam dirinya maupun tingkat kesamaan saat dipersepsi. Imagologi tidak senantiasa riil, apalagi permanen (dalam hal diobjektivikasi), bahkan sepuluh pengamat menghasilkan sepuluh kesimpulan sensibilitas sehingga tidak bisa selalu sama. Imagologi bersifat permanen

dalam hal eksistensi keberadaan dirinya. Persepsi seorang yang pertama kali melihat tausiah Aa Gym, atau membaca wacana Cak Nur mendapatkan impresi yang khas. Saat pembacaan yang kedua, orang tidak menemukan pengalaman impresi yang sama sebagaimana impresi pertama, selalu berubah, dan kesan yang dihasilkan selalu mengubah makna bacaan.

Berbeda dengan persepsi seorang yang mengobservasi sebongkah batu, impresinya cenderung sama sejauh ia melihat dengan kacamata yang sama. Demikian juga pemahaman subjek terhadap batu tidak akan mengubah status batu tersebut. Dalam imagologi, pemahaman subjek mampu mengubah objek, dari objek (imagologi) yang memiliki makna sumber pemikiran menjadi dianggap nirmakna hanya sekadar proposisi pengetahuan.

Pemahaman terhadap impresi imagologi dapat dianalogikan pada persepsi ke sebidang garis. Proposisi yang disampaikan mengenai sebidang garis, kemudian proposisi tersebut dibandingkan dengan objek garis yang asli, hasilnya belum tentu sama. Garis riil bisa lebih panjang atau lebih pendek dari proposisi garis yang diucapkan. Hasil yang berbeda bukan berarti kesalahan sensibilitas indra. Sensibilitasnya benar, tetapi konten pengetahuan yang dilaporkan pada kesadaran merupakan sekumpulan fakta hasil penyimpulan kesadaran subjek terhadap si garis. Perkara sensibilitas membuat kesadaran subjek menyimpulkan bahwa garis tersebut bersifat "pendek" adalah kesalahan dalam pengambilan keputusan atas sederet fakta-fakta hasil sensibilitas berdasarkan serangkaian pertimbangan kesadaran sesudah memilih, mengolah sederetan data cerapan indra.

Membaca tulisan Nassarudin Umar (*Jurnas*, 21 November 2008), mengenai karakter yang diametral antara "feminis dan maskulin" pada atribut Tuhan, dan usaha pengurangan dimensi radikal dari makna jihad pada artikel berjudul "Deradikalisasi Makna Jihad",

memberikan peluang lebar bagi kesalahan-kesalahan pembaca dalam membuat kesimpulan mengenai kata *jihad* dan sifat Tuhan. Sensibilitas para pembaca terhadap teks Nassarudin Umar benar adanya, yang membedakan adalah langkah-langkah pengorganisasian kondisi prapengetahuan para pembaca, pengetahuan yang telah terbentuk sebelumnya, serta sikap dan segala macam aspek khas dari identitas pembaca. Meskipun demikian, besar kemungkinan pemahaman pembaca mencapai suatu derajat kesamaan kesimpulan atas dua artikel tersebut karena pilihan kata dan totalitas teks Nassarudin sudah diperhitungkan pada sasaran yang ditarget.

Adanya penetapan *target* pemahaman yang akan disasar diperlukan untuk menghindari kesalahan maksud penghadiran teks. Misalnya, teks tersebut tidak dimaksudkan untuk mengusik penolakan tafsir umat Islam, tetapi ancangan wacana yang mengintroduksi kemungkinan memaknai tafsir jihad secara berbeda (lebih *soft*) dan menawarkan sebentuk alternatif tafsir atas atribut-atribut Tuhan yang dianggap sakral dan profan.

Perubahan kedudukan imagologi dari subjek menjadi objek memunculkan pertanyaan, apakah dalam imagologi tidak terdapat objektivitas internal? Mungkinkah sepenuhnya subjektif? Persoalan objektivitas didasarkan dari hasil sensibilitas indra yang meliputi validitas pembenaran data indrawi (kesaksian/ pengalaman/ pengamatan/observasi terbatas) sehingga kualitas data yang diinput masuk ke kesadaran yang berhubungan dengan objek secara intensional dipilah berdasarkan klasifikasi jenis data.

Pemilihan data semacam ini sempat disinggung oleh Karl R. Popper (2008: 9) yang membedakan secara tajam antara proses memahami suatu ide dan metode-metode yang dipakai merangkai ide serta hasil pengujian terhadapnya, terutama yang berkaitan dengan pertanyaan mengenai fakta (*quid facti*) dan mengenai pembenaran atau

pengesahan (*quid juris*). Urusan epistemologislah yang menghasilkan rekonstruksi rasional antara subjek terhadap objek. Proses yang menyangkut rangsangan dan pembebasan atas ide yang dikonstruksi dengan konstruk objek yang sesungguhnya bagi Popper bukan urusan logika ilmiah, melainkan psikologi empiris. Bagi imagologi, tentu saja, yang dimaksudkan adalah klasifikasi data A original dan A'aksen, antara fenomena keagamaan (ekspresi pengalaman religius) atau realitas imagologi religiusitas.

Orang yang mengobjektivasi secara langsung meskipun tidak terlibat pada acara Idul Qurban mampu menghadirkan sensibilitas yang lebih paripurna tentang peringatan Idul Qurban dibandingkan dengan orang yang mengobjektivasi momen Idul Qurban dalam wujud imagologinya, baik dalam wujud narasi berita maupun teks ilmiah. Hasil sensasi cerapan imagologi Idul Qurban tentu tidak dapat digunakan untuk melakukan verifikasi kebenaran momen Idul Qurban. Pengklasifikasian semacam itu harus ditegaskan kuat karena kekeliruan publik terhadap imagologi religiusitas justru terjadi di tingkat epistemologis, yakni menghakimi Islam sebagai realitas nyata melalui ukuran realitas-realitas imagologinya. Kesalahan yang sangat sederhana itu memberikan implikasi luas dan sangat vital bagi kehidupan manusia. Islam dan sistem religi dalam realitas imagologinya dibenarkan atau disalahkan berdasarkan struktur pengetahuan yang ada di dalamnya, bukan dari realitas asli.

Apa yang dikatakan oleh Thomas Kuhn, bahwa tidak ada tolok ukur yang netral dan berlaku untuk semua paradigma kebenaran, ternyata sangat beralasan. Karena kebenaran dalam paradigma, satu sama lain mengandung struktur epistemologis yang khas sehingga paradigma yang satu tidak bisa dibandingkan secara seukur (*incommensurable*) dengan paradigma lain, benar adanya (Sudarminta, 2002: 57). Simpulan satu orang atas suatu imagologi religiusitas tidak

bisa diukurkan pada pemahaman orang lain. Dengan demikian, metode pembenaran terhadap imagologi memerlukan metode yang khas.

Teori kebenaran koherensi cukup kompatibel menjelaskan metode pembenaran dalam imagologi, dibandingkan teori kognitif berbasis verifikasi evidensi, dan paling kompatibel adalah intersubjektif. Imagologi sebagai realitas aksen atau realitas baru bagi dunia abad informasi tidak bisa diatribusikan pada verifikasi konsep "benar" dan "salah". Penggunaan konsep "benar" dan "salah" analog dengan konsep, seperti "tautologi", "kontradiksi", "konjungsi", "implikasi", dan jenis lainnya. Konsep tersebut bukan konsep empiris, melainkan konsep logis. Konsep ini melukiskan sebuah pernyataan dengan mengabaikan perubahan-perubahan yang mungkin terjadi di dalam objek (Popper, 2008: 349). Munculnya penilaian benar (atau salah) terjadi jika suatu ukuran, nilai, simpulan, dan proposisi atas objek ditautkan (dikontradiksikan, dikonjungsikan, dan diimplikasikan) dengan sesuatu hal.

Imagologi tidak mengalami perubahan kualitas dalam dirinya sejauh ia menjadi objek yang dipersepsi oleh banyak subjek. Imagologi menjadi data untuk sampai pada keputusan-keputusan yang disusun subjek-subjek lain. Metode pengolahan data bervariasi, dari mengunakan tautologi, mempertautkan satu fakta imago dengan imago lain atau keserupaan, *interest*, atau model koherensi yang menyambungkan satu data imagologi dengan kondisi fenomena faktual. Termasuk, pandangan pragmatis yang akan menilai apakah suatu imagologi bermanfaat atau tidak bagi dirinya, atau minimal bagi "standar penilaiannya".

Mereka yang secara tidak sadar mengikuti kaum realitas akan memverifikasi imagologi dengan fenomena sesungguhnya. Teologi menghubungkan imagologi dengan sistem fondasional agamanya dan seterusnya. Realitas imagologi mengalami pembesaran multi-makna, bahkan melampui maksud dirinya pada saat ia menempati ruang

diskursus di publik. Pada titik ini, konsep pembenaran menjadi sesuatu yang absurd. Dalam hal melampui dirinya sendiri bukanlah suatu kemustahilan, namun perlu digarisbawahi bahwa imagologi yang melampui dirinya sendiri tidak sama dengan realitas A' melahirkan A''. Apa yang dimaksud pelampauan tak lain dari deviasi-deviasi makna, lebih dari sekadar deviasi imagologi. Misalnya, terma kedudukan wanita dalam Islam, teks dalam *Perempuan Berkalung Sorban* melahirkan imagologi yang melampui maksud pembuatnya. Maksud si pembuat tidak untuk mendiskreditkan Islam dan wanita. Subjek, penonton (*spectacles*)lah yang melihat dan mereproduksi ulang imagologi *Perempuan Berkalung Sorban*, dalam imagologi rangkaian polemik bertajuk "perdebatan kedudukan wanita dalam Islam".

Dari A (kedudukan wanita dalam Islam) ke A' (imagologi kedudukan wanita dalam Islam: *Perempuan Berkalung Sorban*) berlanjut hingga A'' (perdebatan, reproduksi imagologi atas film *Perempuan Berkalung Sorban*) kerap dilihat dengan melibatkan suatu *prejudice* atau *presumption,* hingga menghasilkan penilaian benar dan salah. *Prejudice* tersebut antara lain melihat A'' dengan verifikasi ayat, basis teologis, melihat A' dengan mengoherensikan pengalaman religiusitas kelokalan dan seterusnya.

Posisi demikian menyebabkan adanya reduksi-reduksi derajat "kebenaran" terus berlangsung, membuat makna agama, hakikat ekspresi religiusitas terus tergerus reduksi imagologi yang menyebabkan objektivitas tidak mendapatkan tempat. Objektivitas di sini merujuk pada objektivitas yang menuntut adanya "verifikasi" atas hasil persepsi objek dengan objek yang riil. Pendekatan fenomenologis yang mendekati secara apa adanya (*epoche*) tanpa *presumption* lebih tepat daripada emosionalitas teologis perasaan. Jadi, bukan perkara sepenuhnya subjektif atau objektif, melainkan *epoche* meminta menanggalkan segala dugaan, biarkan objek berbicara tentang

dirinya. Objektif dan subjektif juga selalu bergradasi, tidak bersifat konstan. Misalnya, pengetahuan bahwa matahari terbit dari timur, disebut objektif (termasuk oleh sains). Pengetahuan tersebut akan objektif sejauh manusia mengindrainya dari bumi. Akan tetapi, jika pengamat melihatnya dari Mars, atau mengamati dari luar angkasa, proposisi matahari terbit dari timur adalah proposisi subjekif manusia bumi. Dengan demikian, tidak relevan mempersoalkan objektivitas dan subjektivitas pada *teks* imagologi karena sudut pandang masing-masing pengamat berbeda dan sangat menentukan nilai gradasi objektif-subjektif.

Namun, ada kelemahan mengenai cara *epoche* membiarkan objek (imagologi) bercerita tentang dirinya, yakni hakikat dan makna menjadi berskala global. Kebenaran teologis ekspresi religuisitas menjadi hal yang universal, padahal tiap pengalaman keberagamaan memiliki kekhasan masing-masing dan bersifat partikulir, hanya bisa dipahami secara intersubjektif.

Pernyataan di atas mengingatkan kita pada kesimpulan Edo Pivcevic (1970: 87) mengenai fenomenologi dalam karya *Husserl and Phenomenolog.* Pendekatan yang melulu pada objek membuat terjadinya krisis pengetahuan karena adanya dominasi perlakuan subjek terhadap objek. Akibatnya, terjadi dehumanisasi pengalaman manusia kepada bentuk formulasi yang impersonal. Perubahan yang impersonal pada setiap ekspresi religiusitas mencoba digantikan prinsip "pengalaman mengungkapkan dirinya sendiri", kemudian prinsip pengungkapan itu disistematisasi oleh teks. Pilihan proposisi teks menentukan bagaimana prinsip "pengalaman mengungkapkan dirinya"dikomunikasikan terhadap orang lain.

ooo0ooo

BAGIAN VI

TRANSFORMASI FENOMENA RELIGIUSITAS

Kehadiran imagologi yang mengabstraksikan fenomena religiusitas semakin tidak terbendung pada abad informasi seperti sekarang ini. Apa yang dulu disebut sebagai "ekspresi religiusitas" (pengalaman keberagamaan), tidak lagi harus bersifat partisipatoris. Seseorang di belahan kutub utara mengetahui peringatan hari raya Idul Fitri cukup dengan menyaksikan imagologi yang terserak banyak di berbagai medium. Orang kutub tidak harus terlibat langsung dalam sebuah seremoni hari raya keagamaan. Demikian juga orang Sumatra tidak harus terlibat langsung dalam kegiatan peringatan malam 1 Sura orang-orang Jawa. Ia cukup menangkap peringatan malam 1 Sura' (aksen) dalam medium. Semakin banyak medium semakin banyak imagologi religiusitas, inilah repitisi. Akibat repitisi melahirkan perubahan (transformasi) pola keberagamaan di masyarakat.

Tidak hanya terbatas pada ekspresi pengalaman keberagamaan saja yang berubah dalam abad imagologi. Ritual profan religius, seperti tausiah atau kegiatan mengaji yang berarti transfer pengetahuan dari

guru kepada murid secara langsung, digeser oleh imagologi pula. Peminat agama tidak harus datang ke rumah seorang kyai, ke pesantren, untuk mempelajari tata cara melaksanakan puasa yang baik, bagaimana aturan main puasa, apa larangan dan anjuran di dalam puasa. Berkat repitisi imagologi, seseorang cukup menghadirkan dirinya kepada medium-medium apa pun yang bentuknya menyuguhkan imagologi religiusitas sesuai materi yang ingin diketahui. Dengan menyaksikan acara tausiah Ramadhan, kegiatan ceramah umum di televisi, atau membaca opini tentang makna puasa di masa modern, sudah dianggap cukup menyerap suatu pengetahuan keagamaan.

Untuk mempelajari Islam, orang-orang sering merasa cukup mempelajari opini umum tentang agama Islam. Perubahan realitas keagamaan yang menjadi realitas imagologi merupakan biang keladi utama terjadinya penyimpangan pandangan orang Barat terhadap dunia Muslim. Islam, agama, dan ekspresi religius dipahami orang luar tanpa merasa perlu tahu makna religuisitas secara utuh. Ketidakutuhan penampakan wajah religuisitas tercipta karena adanya pemenggalan kata melalui *sign semblance* dalam produksi imagologi religiusitas.

Imagologi religiusitas mendatangkan implikasi serius karena subjek menyerap pengetahuan A' tentang sistem religi bukan pengetahuan A original tentang sistem religi. Memang para penulis dan para produsen imagologi adalah para pemeluk agama, tetapi ia tidak bisa disebut sebagai bagian dari representasi utuh bentuk sistem religi. Tulisan-tulisan Ulil Abshor Abdala atau GusDur tidak menggambarkan wujud utuh agama Islam. Beratus imagologi agama Islam dalam medium nasional dan internasional tidak serta-merta menggambarkan wajah utuh agama Islam. Setiap penulis menggambarkan satu keping bagian dari Islam dan interaksi dirinya. Setiap imagologi dipersepsi orang-orang yang mewakili dan berdasar karakter khas masing-masing sesuai sasaran, *icon,* dan *sign assemblance* si pembuat imagologi.

Implikasi imagologi sebagai realitas religiusitas yang baru menggantikan ekspresi keagamaan original sangat terasa dalam sistem nilai, dunia aksiologis tentang hakikat agama pada masa kini. Kegiatan berzakat *mal* terjebak pada pertanyaan kedermawanan sosial, filantropi, atau strategi merebut hati masyarakat. Jalalludin Rakhmat (2001: 31) mempertanyakan kejadian semacam itu dengan judul kalimat analog tentang kepatuhan ritual, tetapi kurang *ukhuwwah*. Antara kegiatan dakwah dan kegiatan promosi bisnis berkelindan erat, antara menegakkan kalimat tauhid dan penggunaan dalil agama untuk mengistimewakan pendapat kelompok.

Nilai keikhlasan, nilai *tawadhu*, dan nilai yang berkebalikan dari hal-hal tersebut seperti *raja'* (tendensius), *riya'* (eksposif), dan *thoma'* (ekspektasi) menjadi sangat kabur. Kegiatan berpuasa harus ditonjolkan dengan cara eksploitasi keramadhanan dan diwujudkan dengan gerakan-gerakan yang memaksa orang lain dan keadaan sekitar kita agar memberikan kondisi khusus bagi orang yang berpuasa. Kekerasan atas nama agama mudah disisipkan dan dipakai untuk inkripsi sosial negatif agama. Dalam realitas imagologi, semua itu berlangsung cepat, terjadi perubahan fenomena religiusitas. Ibadah puasa dirumuskan menjadi hal yang sakral dan profan, yang tidak boleh diganggu dengan performa berbeda selain aroma keislaman dan keimanan seseorang di bulan puasa diukur berdasar atributif yang dilekatkan pada dirinya.

A. Imagologi dalam Perubahan Fenomena Religiusitas

Imagologi mengubah proses keagamaan masyarakat. Tidak perlu lagi nyanyian "pergi mengaji" untuk sekadar mengetahui cara berwudhu yang baik, mengetahui cara penghitungan besaran zakat harta. Untuk mengetahui kedudukan wanita dalam Islam, kiranya banyak imagologi yang menyediakan *common sense* hak dan kewajiban wanita dalam

rumah tangga Islam, seperti imagologi *Perempuan Berkalung Sorban*, *Ayat-ayat Cinta*, dan lainnya.

Kehadiran imagologi berhasil menggubah proses pengetahuan keagamaan masyarakat. Masa sebelum imagologi, proses pengetahuan keagamaan, religuisitas harus melibatkan dua prasyarat utama, yakni otoritas ulama dan formalisme agama. Kini, imagologi mengambil alih dua syarat tersebut. Produsen imagologi tidak dapat disebut sebagai person yang utuh dalam memberikan pengetahuan religiusitas, sekalipun si penyusun adalah seorang pemeluk religi. Hubungan penyusun dan orang banyak tidak bisa disebut sebagai hubungan "ulama" dan "murid"? Ada dua sebab yang menyebabkan penyebutan itu.

Pertama, proses pengetahuan dalam imagologi disebabkan proses persepsi subjek terhadap imagologi sebagai objek pengetahuan religiusitas. Pengetahuan religuisitas adalah objek yang *intellegible*, bukan yang *visible*. Sedangkan, imagologi religiusitas menyebabkan realitas religius adalah objek yang *visible* belaka. Kedua, proses interaksi dalam imagologi tidak menyebabkan adanya dialog antara pemberi pengetahuan dan penerima pengetahuan religius. Sekalipun dimungkinkan terjadinya hubungan dialogis, sifatnya tidak langsung karena harus melalui *teks* yang tersekat ruang dan waktu, pilihan *sign asemblance* dan *icon.*

Terlebih lagi, materi religiusitas yang dibicarakan berkaitan dengan eksistensi *Super Being*, Tuhan, *God*, *Causa Prima*, atau Penggerak utama yang tidak digerakkan apa pun, memerlukan pendekatan epistemik yang khusus, yakni gnoseologi, bukan struktur epistemik sebagaimana dijelaskan di bagian III. Gnoseologi merupakan nama lain dari epistemologi yang mengkhususkan diri pada objek ketuhanan (Pranarka, 1987: 3–5). Selain gnoseologi, terdapat bentuk lain epistemologi, yakni logika material yang mengkhususkan diri pada objek yang *visible*, kemudian epistemologi sering disebut sebagai

“kriteriologi”, yakni membicarakan epistemologi dengan objek kriteria-kriteria pengetahuan yang benar.

Kedudukan otoritas ulama dalam merantingkan pengetahuan keagamaan memiliki posisi yang khas. Pada masa abad pertengahan, kebenaran pengetahuan hanya berdasarkan atas otoritas keagamaan dan kehadiran otoritas keagamaan sempat ditolak pada masa tersebut (Sudarminta, 2002: 22). Meskipun demikian, perlu dibedakan jenis otoritas yang memberikan basis pembenaran pengetahuan. Salah satu jenis ialah otoritas religiusitas yang mendasarkan pada azas yang sakral dan profan. Pernyataan dari orang-orang “berderajat khusus” dalam sistem religi tidak bisa disanggah oleh para penganutnya. Hal ini sebagai bentuk-bentuk ekspresi religius, pengetahuannya bersifat keyakinan sehingga tidak dipersoalkan apakah perlu verifikasi pada teori kebenaran atau tidak.

Keyakinan bisa saja tidak benar jika diverifikasikan pada teori kebenaran, tetapi ia tetap diyakini sebagai sebuah kebenaran. Dalam sistem keyakinan, keberadaan otoritas religius bersifat mutlak. Sedangkan, dalam sistem pengetahuan otoritas berstatus sebagai pihak informer pertama yang menyampaikan sebuah konsep tentang sesuatu. Misalnya, konsep tentang dosa-pahala, surga-neraka, dan niat-ritual peribadatan. Adanya konsep imajinasi manusia bisa mengikuti apa yang digambarkan agama dan bagaimana sistem religi beroperasi.

Otoritas tidak hanya berkait dengan posisi ulama, pemuka agama, adat, dukun, dan kepala suku dalam sistem religi. Kehadiran ulama, seseorang yang memiliki otoritas religius dalam perantingan pengetahuan agama cukup vital bagi tercapainya sebuah kebenaran. Keyakinan bisa dicarikan kejelasan status kebenarannya, mengenai apakah orang akan menerima kejelasan status kebenaran tersebut atau mengabaikannya tergantung pada putusan individual (epistemologi individual), bukan pada pemegang otoritas. Kehadiran sang pemilik

otoritas memungkinkan semakin terbukanya dialog dan pemahaman parsial pemegang otoritas atau sebuah konsep dalam sistem religi. Sebab, berkat kehadiran otoritas itu, metode dialog memungkinkan berlangsungnya perantingan pengetahuan secara intens sehingga pilihan *icon, sign asemblance* pemegang otoritas tidak ikut menentukan transfer pengetahuan. Dengan cara berdialog langsung, *sign asemblance*, *teks* yang utuh terbuka bagi falsifikasi, terbuka bagi kemungkinan perbedaan perspektif, tafsir, dan pemaknaan konsep-konsep religiusitas.

Otoritas bagi pandangan konvensional merupakan lambang kehadiran prinsip "kebenaran dan kepastian" agama, terutama dikaitkan dengan *icon* fatwa. Berbeda dengan pandangan imagologi, kehadiran otoritas digantikan oleh produser, sedangkan kepastian ada pada otoritas produsen. Artinya, kebenaran teks berada dalam pandangan produser sebab proposisi yang berusaha disusun merupakan proposisi yang dekat dengan kebenaran subjektif, atau kebenaran yang memiliki landasan argumentatif.

Berdasarkan sifatnya, otoritas konvensional memungkinkan adanya ruang komunikasi di luar batasan susunan tanda-tanda yang dikomunikasikan, tetapi melibatkan *teks* utuh. Misalnya ketika ulama memberikan keterangan tentang zakat dalam Islam, peserta dialog bisa menyodorkan contoh kasus aktual kemudian ulama memberikan ulasan dan peserta terus memberikan respons contoh-contoh aplikatif dan problematika zakat di zaman modern. Berarti pemaknaan zakat yang pada awalnya didasarkan pada pemahaman ulama pada ayat-ayat dan terminologi agama dalam proses dialog diperluas menjadi makna sosial aplikatif. Kemungkinan semacam itu bisa terjadi secara langsung pada dialog.

Melalui teks, bisa terjadi dialog atau lazim disebut diskursus dan polemik, namun esensi dialognya berbeda sebab tersekat ruang dan waktu. Peluang pemaknaan juga semakin meluas karena ide dialog

bisa saja tidak lagi *genuine,* tetapi menggunakan *teks-teks* lain (imago lain) untuk menangkap makna zakat (disparitas). Polemik religiusitas dalam ruang imagologi justru sangat menekankan pada pilihan *sign asemblance*, bukan realitas riil.

Subjektivitas antara pemegang otoritas dan imagologi juga berbeda. Pemegang otoritas tidak bisa meng-*epoche* karena status otoritas justru diberikan berkat adanya asumsi tertentu yang menjadikan dia memiliki status otoritatif, asumsi tersebut berkaitan dengan hal-hal yang sakral dan profan. Imagologi meletakkan subjektivitas pada pundak target yang hendak disasar sehingga subjektivitas dalam penyusunan kode sangat bersifat subjektif.

Otoritas mudah sekali berganti jika berhasil difalsifikasi meskipun secara nyata otoritas religi tidak menyertakan sistem falsifikasi dalam "logika"otoritatifnya. Otoritas ulama dan pemuka agama tidak membuka suatu wacana agar dirinya diuji berdasarkan adanya satu kesalahan teori. Jadi, antara penganut agama dan pemegang otoritas hubungannya bersifat relasional kekuasaan, bukan relasi komunikatif. Sekalipun subjek atau persona-persona otoritas religi tumbang sesudah difalsifikasi, ternyata tidak selamanya falsifikasi itu bisa dibenarkan dalam makna kebenaran diskursif keagamaan.

Kebenaran diskursus adalah kebenaran berdasarkan adanya kesepakatan para pakar dalam bidang yang sama. Produser imagologi selalu menyertakan adanya peluang falsifikasi dalam sistem yang dibangun, seperti peluang berpolemik dan debat atau mengajukan koreksi total.

Otoritas keagamaan biasanya dibangun berdasarkan kesepakatan komunitas melalui pengukuhan formal atau informal. Pengukuhan tersebut diberikan oleh masyarakat dan bukan dengan cara mengangkat diri sendiri. Dalam imagologi, setiap orang bebas menjadi pemegang otoritas wacana yang dibangunnya, baik sebagai produsen atau

penyusun imago pribadi. Tidak ada pengukuhan dari komunitas, bahkan cenderung berusaha menciptakan komunitas baru. Pengakuan otoritas bersifat *common opinion* dalam bentuk penghargaan kelas sosial.

Otoritas bersandar pada teori kebenaran koherensi dengan pernyataan lain yang diyakini benar, seperti ayat suci, teks pemikiran tokoh, dan aturan religi. Verfikasi antara pernyataan dan objek yang dinyatakan tidak diperlukan. Pemegang otoritas juga memiliki keterbatasan yang melekat pada keberadaan status otoritas agama, sifatnya keterbatasan kualitatif. Menurut Kant, keterbatasan kualitatif menyangkut pikiran manusia yang terbentuk dalam cara-cara pemahamannya sehingga pikiran tidak mampu memahami yang konseptual, baik yang signifikan atau yang berkaitan dengan pokok pikiran kemanusiaannya (Barret, 2001: 128).

Terjadinya keterbatasan pemegang otoritas dalam berpikir bukan karena keterbatasan kehendak dan aturan, melainkan ketebatasan dalam cara pikiran memahami objek secara kognitif dan konseptual. Masalah demikian menjadikan pendapat antar-pemegang otoritas agama kerap berbeda dalam membuat pembenaran pernyataan agama. Kontras dengan otoritas, teori kebenaran dalam imagologi bersifat pragmatis, tidak ada pernyataan agama yang bisa diverifikasi. Sejauh pernyataan masih bisa dilaksanakan dalam praktis dan memberikan manfaat subjektif, pernyataan benar; jika tidak, salah. Pembenaran dibangun bersandar pada analitika teks melalui argumentasi dan retorika.

Berkaitan dengan asumi-asumsi filsafat kecurigaan, otoritas agama tidak memerlukan kapital ekonomi, justru dengan otoritas, kekuasaan ekonomi bisa dibangun. Pihak yang berperan penting dalam otoritas agama adalah kapital sosial berupa pengukuhan anggota komunitas dan kapital budaya yang memberikan previlese lebih kepada para pemagang otoritas daripada penganut agama pada umumnya. Imagologi

religiusitas mensyaratkan adanya kapital ekonomi bagi produser teks, adanya kapital simbol yang memberikan keabsahan seseorang memberikan pemaknaan (pemilihan *sign asemblance*) berdasarkan pikirannya. Biasanya, pemaknaan baru merupakan cara perlawanan atas dominasi otoritas agama. Tidak dimungkiri jika teks imagologi juga bisa disusun untuk mengukuhkan, menyokong kekuasaan otoritas agama, atau mendukung hegemoni kelompok tertentu.

Pembagian kapital-kapital tersebut merujuk pada pandangan Pierre Bourdieu (2004: 125) yang menyatakan ada empat kapital (modal), yakni kapital sosial seperti relasi, kapital ekonomi (seperti kekayaan), kapital budaya (seperti gelar), dan kapital simbolik semisal rumah atau kendaraan mewah. Otoritas agama dan imagologi religusitas sangat potensial untuk dipakai sebagai alat melanggengkan kekuasaan, terutama dalam menentukan makna dan tafsir terhadap situasi agar sesuai dengan suatu kepentingan. Kekuasaan tidak melulu merujuk *power* pemerintahan, atau negara. Kekuasaan juga menunjuk pada adanya dominasi sebuah kelas terhadap kelas lain, individu terhadap individu lain dalam segala bidang.

Komunitas pemegang otoritas religius tertinggi sangat menentukan tafsir pernyataan agama macam mana yang dipergunakan, dan pada gilirannya menentukan pembenaran pernyataan pemilik kekuasaan, contohnya Majelis Ulama Indonesia, lembaga *bahtsul matsa'il*, dan unit-unit majelis tarjih. Hegemoni sekelompok orang yang berkuasa dalam otoritas agama tidak mudah untuk membiarkan orang lain di luar struktur kelompoknya ikut masuk ke dalam kelasnya. Pada posisi demikian, agama dipandang sebagai fenomena sosial yang tidak berkaitan sama sekali dengan kebenaran wahyu, nilai religiusitas, keikhlasan, dan perbuatan tanpa pamrih, tetapi sepenuhnya merupakan kebenaran konsensus.

Agama yang dipandang sebagai pengukuh dominasi kekuasaan mengandaikan agama dipakai untuk melanggengkan kekuasaannya, baik melalui imagologi atau menegaskan peran otoritas agama. Dua bagian ini merupakan kesamaan antara imagologi dan peran otoritas agama dalam sistem religi di ranah sosial keagamaan, bukan dalam hal peribadatan. Satu hal yang bisa menggugurkan otoritas agama adalah pernyataan pemegang otoritatas yang tidak bisa diverifikasikan dengan tindakan individualnya sehingga terjadi penyimpangan moral. Misalnya, agama menganjurkan agar berbuat baik dan jujur, tetapi pemegang otoritas agama justru memelihara praktik korupsi. Berbeda dengan imagologi, pelanggaran moral produser tidak membuat teks imagologinya gugur atau kehilangan makna.

Dengan melihat agama dalam konteks sosialitasnya, bukan dalam hal esensi ajarannya, memberikan gambaran tentang posisi agama sebagai komoditas. Meskipun kebenaran konsensus pada pemegang otoritas dilandaskan pada teks-teks kitab suci, dalam pemaknaannya pengetahuan dalam dirinya tidak bisa dilepaskan. Pengetahuan personal tersebut bukan keadaan yang tanpa syarat, terutama dalam hal menentukan pengetahuan mana yang hendak dipakai untuk menguatkan tafsir, pemaknaan. Misalnya, seorang ulama yang berprofesi sebagai dokter akan menggunakan *interest* kedokterannya untuk menguatkan pendapat dirinya di hadapan konsensus. *Interest* tersebut tidak harus merujuk pada keuntungan kolektif bagi kalangan dokter pada umumnya, tetapi interes berdasar hasrat dirinya. Argumentasi ini menyediakan jawaban terhadap fenomena aktual pada fatwa haram golput saat pemilu, dan fatwa merokok yang sarat dengan *interest*.

Dengan demikian, perubahan otoritas agama menuju imagologi religiusitas bisa dilihat menggunakan tabel berikut, termasuk persamaan dan perbedaannya.

Otoritas Agama	Imagologi Religiusitas
A. Kehadiran: syarat kepastian pernyataan (subjektif), dialogis, tanpa *sign asemblance* (kecil unsur rekayasa).	Kehadiran digantikan produsen, kepastian tergantung produsen (subjektif), menentukan *sign asemblance* (rekayasa tinggi)
B. Subjektif, pengukuhan kelompok, ada asumsi C. Tidak menerima falsifikasi, teori kebenaran koherensi, performatif dan diskursus (kesepakatan) komunitas	Subjektivitas tergantung target (relatif), tanpa pengukuhan, ada asumsi. Terbuka bagi falsifikasi, setiap orang bebas jadi produser, tanpa komunitas, tapi pragmatis, pembenaran melalui argumentasi/analitika
D. Kapital sosial, kapital budaya	Kapital ekonomi dan kapital simbolik
E. Mengukuhkan dominasi, menguasai penafsiran, ruang sempit untuk pemaknaan ulang, mempertahankan kelas, kekuasaan digugurkan oleh pelanggaran moral	Mengukuhkan dominasi, dialektika makna lebih terbuka, menguasai penafsiran, mengukuhkan dominasi kekuasaan, pelanggaran moral tidak berpengaruh pada produsen

Tabel 1. Perubahan otoritas agama menuju imagologi religiusitas

Kedua, peranan otoritas mensyaratkan adanya sistem keyakinan religiusitas. Keyakinan tidak lain adalah *behavior experiences* pemeluknya. Hal semacam itu bisa dianggap sebagai fenomen keagamaan yang intuitif berupa pelibatan kepastian pikiran sebelum hipotesa diambil, prinsip *epoche* tidak dilakukan karena ada asumsi bahwa subjek sudah mengetahui dan meyakini sesuatu. Pengetahuan intuitif merupakan pengetahuan yang benar dengan sendirinya baik yang diperoleh karena sensasi indra atau data lain yang membenarkan pengetahuan itu sendiri (Russel, 2002: 132). Fenomenologi berusaha menampilkan fenomena secara jernih tanpa konstruksi yang tidak bisa dipertanggungjawabkan (Gadamer, 1977: 31).

Dalam ekspresi religius, kenyataan yang dialami, dirasa, didengar, dan ditangkap melalui pancaindra mengandung unsur subjektif, bercampur dengan pengalaman spontan, keyakinan asumsi, yang

membutuhkan penyaringan sehingga ekspresi religius hadir dalam kesadaran yang bersifat *given* (Siswanto, 1998: 99–100).

Epoche merupakan bentuk sikap metodis pengamat terhadap objek. Sebagaimana fenomenologi adalah metode filsafat yang dikembangkan pertama kali oleh Husserl dengan maksud menempatkan pemikiran filsafati kepada suatu ilmu yang rigoris akibat adanya matematisasi dan skematisasi ilmu (Gadamer, 1977: 30, Siwanto, 1998: 98).

Namun, fenomena di era semacam ini tidak lagi murni fenomena karena setiap keadaan sudah menandakan simbol tertentu. Fenomena religiusitas dilahirkan untuk menunjukkan tanda tertentu bukan semata menggambarkan ekspresi religiusitas, realitas fenomena telah direkayasa melalui imagologi. Jadilah pertikaian antara agama simbol dan simbol agama.

B. Agama Simbol dan Simbol Agama

Agama simbol diartikan sebagai suatu religiusitas yang membutuhkan simbol sebagai *core* sistem religiusnya. Persoalannya apakah terdapat religiusitas yang membutuhkan simbol sebagai sistemnya? Pada masyarakat Papua dan masyarakat Jawa, simbol-simbol yang dipakai dalam sistem religinya merepresentasikan suatu kehadiran yang lebih besar sehingga lebih tepat disebut simbol-simbol religi. Imagologi religiusitas menyuguhkan potret agama.

Jika dipandang dari sudut realitas, nyaris tidak ada sistem agama simbol. Namun, ketika produksi imagologi hadir sebagai pengganti fenomena religiusitas, sistem religi direduksi menjadi sistem simbol. Religiusitas membutuhkan simbol sebagai sentral bagi sistemnya. Penampakannya bagi *common people* adalah agama simbolik. Misalnya, pemeluk agama Islam dipahami oleh *common people* sebagai seorang laki-laki bersorban, bergamis khas Timur tengah, Arab, dan memelihara

jambang lebat. Atau, wanita Muslim dipersepsikan sebagai wanita yang menggunakan cadar hitam rapat, pakaian yang menutupi seluruh anggota tubuh kecuali mata dan telapak tangan.

Masyarakat di tempat jauh yang tidak bisa melihat Islam dari dekat akan menangkap wujud Islam hanya dari dua tipologi tersebut. Kenyataan menunjukkan bahwa potret Islam sendiri tidak hanya Timur Tengah atau Arab saja, tetapi ada Muslim Indonesia, Muslim Malaysia, Brunei, dan seterusnya. Salah satu reduksi yang lahir dari sistem agama simbol adalah sistem ekspresi religinya didasarkan pada kehadiran simbol. Sosiologi agama dan realitas agama dicampuradukkan dalam satu penjelasan praktis. Melalui cara semacam itu, agama dihadirkan sebagai imagologi berdasarkan suatu pilihan simbolik tertentu yang dipakai sebagai acuan.

Agar menghasilkan imagologi Islam sebagai religi yang fundamental, cadar dan serban, gamis ditampilkan sebagai wacana utama nilai keislaman, bukan nilai kultural. Tidak bisa dimungkiri jika gamis dan cadar adalah bagian dari tradisi Islam, tetapi bukan berarti dapat mewakili keseluruhan gambaran Islam secara utuh. Persoalan tanda dan reduksi tanda dalam imagologi dijelaskan menggunakan perspektif semiotika komunikatif.

Simbol agama mengandung makna agama mewakili sesuatu objek yang kehadirannya selalu melebihi kapasitas arenanya sehingga direpresentasi melalui simbol-simbol yang mewakili kehadiran agama. Seperti fenomena puasa yang menyimbolkan kehadiran objek yang lebih besar dari simbolnya sendiri. Puasa memiliki makna antara lain toleransi umat manusia, pengendalian diri, dan penyerahan sikap hidup pada Tuhan dan keyakinan pembersihan dosa, tetapi simbol kehadirannya disederhanakan seperti ucapan “selamat berpuasa”. Simbol-simbol agama biasanya berkaitan dengan tempat peribadatan,

logo agama, simbol sakral, tindakan khas sistem religi, termasuk peralatan dalam upacara religius. Ini adalah proses semiotik.

Semiotika komunikatif adalah sebuah perilaku komunikatif dalam memproduksi imagologi dengan cara memproduksi tanda-tanda (*sign*) untuk membangun teks aksen. Semiotika mengkaji seluruh proses kultural sebagai proses komunikasi (Eco, 2009:8). Proses komunikasi tersebut mensyaratkan adanya sistem signifikansi (sistem penandaan) sebagai landasannya dan akan merajut kehadiran teks.

Sistem signifikansi (sistem penandaan) tidak lain adalah sebuah kode yang menggabungkan entitas yang hadir dan entitas yang tidak hadir. Elemen yang tidak hadir itulah elemen ilutif yang menentukan putusan terhadap risiko pilihan *sign asemblance*, melahirkan teks aksen sesuai target yang disasar. Pilihan *sign asemblance* mengandung suatu risiko karena sama artinya dengan membuat kata baru. Menurut Heidegger (1958:72–73), membuat kata baru berarti mau menanggung segala risiko karena melupakan masalah-masalah tentang mengada atau sebaliknya karena memercayai bahwa persoalan-persoalan tersebut telah terpecahkan. Sistem signifikansi berusaha menyelesaikan suatu masalah dengan imagologi yang ditawarkannya. Dengan demikian, ia telah melupakan tentang mengadanya masalah (yang sedang dipecahkan) dan mengadanya sesuatu yang lain di sekitar masalah tersebut.

Manakala suatu ekspresi religius—berdasarkan sebuah aturan tertentu—dihadirkan secara aktual kepada persepsi si penerima, akan menghasilkan proses keterwakilan (*stands for*) sesuatu yang lain, ketika itulah terjadi signifikansi (Eco, 2009: 9). Proposisi "berdasarkan sebuah aturan" menandakan adanya permainan tanda, kategori tertentu yang mengesahkan suatu tanda dipakai atau tidak dipakai. Proposisi semacam itulah yang menandai kelahiran imagologi di setiap sistem komunikasi. Imagologi dalam tahap tersebut tidak menyertakan keharusan adanya suatu alat modern. Konstruksi imagologi religiusitas bersifat mandiri

tanpa keharusan alat. Kejadian semacam itu bisa dicontohkan pada usaha seseorang yang berusaha menunjukkan kesalehan pribadi dengan jalan melekatkan tanda-tanda khas keislaman dalam totalitas teks keseharian, dari baju bercorak islami sampai gestur islami.

Apa yang terjadi ketika seseorang memproduksi imagologi melalui serangkaian tanda? Imagologi yang pertama merupakan penegasan makna teks. Sedangkan, imagologi yang kedua merupakan konsumsi simbol. Makna seperti apakah yang dikomunikasikan dalam mendeskripsikan sebuah maksud ekspresi religiusitas. Mekanisme penegasan teks dan konsumsi simbol dijelaskan dalam analogi kerja semiotika. Untuk penegasan dan konsumsi memerlukan (minimal) dua kerja produktif. Pertama adalah tindakan seseorang yang membentuk "ucapan" untuk menggambarkan apa yang hendak dibicarakan. Kedua, mengucapkan gestur untuk menggambarkan suatu sikap tubuh yang merujuk pada ucapan yang dituju. Ucapan adalah perbuatan ketika subjek menggambarkan sebuah benda, melalui lisan atau menunjuk simbol (Eco, 2009: 227). Kemungkinan kerja produktif yang lain adalah pemilihan ucapan dan pengendalian gestur.

Kerja produktif pertama dalam imagologi adalah menyusun teks untuk menggambarkan objek original dan objek aksen seutuh mungkin sesuai target yang disasar. Misalnya, kasus hukum potong tangan rajam dalam Islam, teks seperti apakah yang hendak disusun.

Penyusunan teks menekankan perbuatan melakukan produksi teks. Inilah kerja produktif kedua dalam imagologi, dengan cara memilih *sign,* memilih *icon, sign asemblance* dan akhirnya mengonstruksi teks. Tiga material imagologi tersebut menentukan teks agama seperti apa yang akan dimunculkan. Realitas agama dalam imagologi bergantung pada komposisi tiga komponen tersebut. Dengan demikian, realitas agama diwakili dalam fungsi-fungsi tanda. Melalui mekanisme tersebut, lahirlah agama simbol. Fungsi tanda yang dirangkai untuk menyusun

teks harus bisa dipahami dan diterima oleh kalangan yang disasar. Ada proses keterpahaman semiotik agar segala hal yang diproduksi bisa dipersepsi orang dan ditafsirkan dalam pemahaman subjek lain (Eco, 2009: 228).

Dalam pertukaran pesan, teks, kepada subjek lain, produsen menentukan proses keterpahaman subjek lain, dan subjek-subjek penerima imagologi akan mengalami pergeseran makna. Produsen menggeser kode tanda dari realitas menjadi teks imagologi, subjek-subjek lain memahami teks imagologi agama sebagai realitas keagamaan yang sesungguhnya.

Kerja yang dilakukan untuk menghasilkan agama simbol, yakni produksi teks religiusitas menggunakan proses penyimpulan (inferensial). Subjek lain mengonsumsi imagologi religiusitas dan melakukan interpretasi hipotetis atau abduksi. Abduksi adalah kasus inferensi sintetis yang mengandaikan bahwa situasi-situasi tertentu (dalam teks) merupakan kaidah umum yang sesuai dengan pengandaian tersebut (menggambarkan realitas original penuh) (Eco, 2009: 199).

Kaidah umum tersebut merupakan hukum logika dari cara pengandaian deduktif dan induktif. *Common public* mengandaikan bahwa simbol-simbol yang dipakai imagologi religius berlaku untuk keseluruhan sistem agama dimaksud. Misalnya, hukum potong tangan, rajam, dan jilid dalam agama digambarkan secara khusus (inferensial), dan diandaikan oleh orang kebanyakan (intepretasi) bahwa memang demikianlah isi ajaran Islam secara keseluruhan. Contoh di atas bisa disederhanakan dalam induksi berikut: jika ada segenggam kacang hitam di dekat sebuah kantung besar di suatu ruangan, kita mengandaikan bahwa isi kantung besar tersebut adalah kacang hitam semua. Dalam keseharian, induksi sering dikerjakan, tetapi bukan dalam induksi sebagai sikap ilmiah, yang harus disertai penyelidikan.

Sebenarnya, dalam setiap pembentukan konsep terdapat induksi (Puspoprodjo, 2007: 232).

Pemahaman atas agama simbol pada gilirannya membutuhkan ekspresi-ekspresi simbolik untuk mewakili nilai ketaatan religiusnya. Seperti fenomena baju koko, kopiah putih diinferensikan sebagai pemeluk agama yang saleh. Artikulasi bahasa yang kearaban diinferensikan sebagai kesalehan dan kedermawanan sosial diinferensikan sebagai kesalehan (ikhlas) sosial. Institusi Islam diinferensikan melalui gambar pedang dan kaligrafi huruf Arab atau senjata api bersanding bulan sabit.

Sikap induksi orang kebanyakan yang bersifat otomatis bisa dijelaskan dalam contoh berikut. Ketika si Fulan melihat si A keluar dari mobil berplat nomor khusus dikawal serdadu, ia mengambil kesimpulan bahwa si A adalah pejabat tinggi. Fulan bersikap demikian karena di tempat Fulan, orang yang mendapat perlakuan seperti itu hanyalah pejabat tinggi. Fulan mengandaikan hal yang terjadi di daerahnya terjadi juga di keseluruhan daerah. Orang kebanyakan akan berpikir sebagaimana si Fulan berpikir, secara tidak sadar Fulan telah menetapkan suatu kode dan mengikuti kode yang disusunnya sendiri secara tidak sadar pula.

Operasi realitas agama menjadi agama simbol melibatkan proses pengodean, *decoding* atas simbol, dan tindakan. Ada semacam struktur pemikiran manusia atau semacam sistem ontologis esensi yang menjadi landasan signifikansi (sistem penandaan) dan komunikasi. Hal tersebut berarti ada tarik-menarik atau tolak-menolak suatu makna dalam sesuatu yang inheren sehingga kode merupakan konvesi sosial hasil tarik-menarik atau tolak-menolak yang menjadi syarat penghantar atau transitori makna (Eco, 2009: 190–191).

Pengertian pengodean akhirnya memungkinkan kita mengklarifikasi berbagai makna, baik pragmatis atau inferensial bebas. Bentuk pengodean bisa dilihat pada laporan majalah bulanan *Newsweek*, Juli 1986 yang

berjudul *Islam in Asia: A Half Billion Believers Set Out to Remark Their World*. Tulisan ini mencontohkan penggunaan kode yang dipakai reporter Barat dengan kata kunci "Kebangkitan", untuk memaksudkan adanya "Revolusi Khomeini" tentang hukuman pancung dan serangan bom (Kuntowijoyo, 1998: 47). Melalui pengodean tersebut, "Revolusi di Iran" seolah sedang berkembang di belahan Muslim Asia.

Perbedaan kultural di setiap kawasan religius memberikan peluang bermainnya sistem kode, baik berupa monstrasi atau demonstrasi atau melalui pilihan *sign asemblance*. Di Indonesia, misalnya, pernah dilaporkan Clifford Geertz dalam *Religion of Java*, bahwa ada dua kutub bentuk peribadatan dalam Islam "abangan" dan santri yang dialektik. Klasifikasi "abangan" dan santri adalah bentuk pengodean untuk memilah dan memberikan identitas pada fenomena yang diamati. Fenomena religiusitas yang ditangkap Geertz kemudian direkonstruksi menjadi setara agama simbol, yakni pemaknaan agama hanya dengan menggunakan simbol-simbol yang banyak dipakai oleh penganutnya: "abangan" atau santri (taat dan tidak taat). Bandingkan dengan Islam Filipina menggunakan simbol yang berbeda dari Islam Jawa yang terkena pengaruh kebudayaan Hindu-Buddha (Kuntowijoyo, 1998: 51). Muslim Filipina memakai tradisi lokal dalam sistem kekerabatan, pola perkawinan, dan stratifikasi sosial yang bersifat kelokalan dan berkembang sebelum Islam masuk sehingga pembedaan sebagaimana dikodekan oleh Geertz tidak ditemui dalam dunia Islam di wilayah kepulauan tersebut.

Dalam dunia Islam, juga digunakan sistem kode-kode yang sama untuk menerangkan suatu unsur "pragmatisme" pemaknaan sosial masing-masing produser teks. Misalnya, kaum Islam modernis menggelendingkan model "stigma" buruk bagi hal-hal yang tidak mereka sepakati, seperti tasawuf, *ma'rifat*, dan mistisisme Islam (Siradj, 2001: 77). Perbedaan pandangan dalam menangkap fenomena merupakan sebuah problematika persepsional.

Ketika membuat pernyataan melalui pilihan *sign, icon*, dan sistem kode tertentu. Seketika itu problematika tidak lagi dikungkung oleh ruang dan waktu. Problematika tetap menerima hasil karya terdahulu, pernyataan masa lalu, yang dengan cara demikian memunculkan satu usaha menghubungkan dua objek, yakni pemikiran dan realitas (Al-Jabiri, 2003: 48). Agama simbol merupakan potret fenomenologi ekspresi religiusitas masa kini, ditunjang dengan segala perubahan makna dan repetisi sosial pada gaya hidup keseluruhan kelompok.

Dengan menggunakan perspektif pemikiran yang dipakai Jean Baudillard dalam melihat masyarakat konsumsi modern, agama sudah tidak lagi dibatasi pada hubungan personal antara manusia dan Tuhannya, kesalehan hubungan antara manusia dan manusia lainnya (*hablum min Allah wa hablum min an nas*). Agama telah berubah bentuk simbolik tertentu yang menggambarkan minimal lima sistem kode, yaitu relasi kekuasaan, integrasi identitas, sistem kapital, pola konsumsi, dan dominasi makna.

Pertama, agama merupakan modal sosial yang dengannya bisa mengukuhkan suatu relasi kekuasaan. Hal ini terjelaskan dalam fenomena aktual tentang perebutan kekuasaan di pemilihan umum atau pemilihan jabatan yang selalu melibatkan jaringan agama sebagai basis masa dan mengeruk simpati, materi kampanye, dan penyatuan ideologi.

Kedua, agama menjadi ruang integrasi indentitas. Seorang karyawan yang beragama tertentu, misalnya, akan berusaha mencari komunitas sesama agama di lingkungannya untuk mengintegrasikan diri menjadi identitas personal yang lebih besar. Dengan cara itu, agama membangun identitas sosial. Fenomena itu dapat dilihat pada Islam yang membentuk komunitas religius terbesar kedua di Eropa dan hampir memiliki populasi yang menyamai Yahudi Amerika (Nasr, 2003: 2). Sebelumnya, Islam di Eropa hanya minoritas kecil dan sangat individual.

Ketiga, agama telah menyerupai sistem kapital modern yang menyatukan para penggemar Harley Davidson dalam satu kelompok prestisius. Hal itu terjadi ketika imagologi religiusitas memamerkan potret gender dalam epistemenya, seketika itu semua Muslim berlomba terlibat dalam ruang produksi teks pro-gender dan ikut membela martabat wanita dalam struktur intern Islam. Terciptalah kelompok-kelompok Muslim yang menjunjung isu gender melampui isu esensial keagamaannya dan kelompok Muslim yang menentangnya. Komunitas-komunitas semacam itu membentuk sistem kode dan membangun imagologi tersendiri dalam memaknai gender Islam. "Klub-klub" penggemar episteme (suatu sistem pengetahuan yang sedang menjadi tren pemikiran) gender menjadi kelas prestisius tersendiri. Seolah Muslim yang masih mempertahankan potret wanita Muslim lama (tidak pro-gender), sebagaimana tecermin dalam kitab *Uqud al Lujain* (kitab Relasi Suami Istri) berarti tidak prestisius dan dianggap menempati klub tersendiri yang asumsikan bersifat inferior. Klub "penggemar" gender membentuk kelas tersendiri yang superior. Hal semacam itu persis penggemar Harley Davidson yang menjadi kelas prestisius (superior) bagi keseluruhan komunitas penggemar motor, demikian pula yang terjadi pada para penggemar Thunder atau Tiger himpunan kesamaan dapat menciptakan kelas yang lebih inferior.

Teks imago khilafah Islam, secara internal, masyarakat Muslim sebagai subjek-subjek penerima imagologi khalifah islamiah mengidentifikasi diri menjadi dua "klub penggemar". Ibarat para penggemar skuter yang *touring* ke mana-mana melibas jalanan untuk menunjukkan eksistensinya, sebagian konsumen imagologi khilafah islamiah menyatakan dukungannya dengan membentuk *touring* ke mana-mana dan mengajukan kode klaim kebenaran sebagai eksistensinya. Sifat yang kontra akan membangun wacana serupa dengan menggalang imagologi perlawanan atas teks khilafah islamiah. Pemisahan dua pandangan tersebut berimplikasi pada hadirnya dua kelompok sosiologis masyarakat keagamaan dalam dunia

Islam yang terfragmentasi dalam pola hidup keseharian dan simbol-simbol yang dipakai untuk membedakan diri antara satu kelompok dan kelompok lainnya.

Persoalannya bukan pada siapa yang lebih benar dan mendekati maksud origin agama, melainkan pertarungan simbol dan imagologi-imagologi dalam medium kentara sekali terlihat. Misalnya, sampaikan kalimat sapaan "Salam, selamat pagi" pada klub khusus agama simbol, akan dijawab dengan kalimat yang jadi dijadikan simbol pembeda mereka, *"wa'alaikum salam warahmatulloh hi wabarakatuh"*. Salam merupakan kalimat sapaan yang khas bagi keseluruhan pemeluk Islam sebagaimana diajarkan oleh keyakinan agama. Akan tetapi, bagi kelompok tertentu, kalimat salam menjadi semacam kata kunci yang harus mereka ucapkan sebagai sapaan identitas pembeda eksistensi mereka dengan klub lainnya. Salam bukan lagi sapaan penuh rahmat, ia menjadi harga mati dan ciri pokok, menjadi simbol pembeda kelompok.

Keempat, imagologi religiusitas menimbulkan perkembangan dominasi budaya agama simbol. Pilihan kata apa pun untuk menggambarkan agama atau mengucapkan teks agama selalu berimplikasi pada makna "khas kelompok" tertentu. Setiap pilihan kata yang dipakai dapat dijadikan acuan penentuan ciri atau pengategorian seseorang dalam sistem keagamaan. Misalnya, pilihan kalimat yang menyatakan bahwa salam tidak harus dengan kalimat "*asalamu'alaikum warakhmatulloh*" akan diberi predikat sebutan sebagai kelompok Islam liberal. Pemilihan pemaknaan kata *jihad* berbasis teks wahyu akan dikategorikan sebagai kelompok fundamental atau memilih gamis sebagai cara berpakaiannya akan dinamakan sebagai Islam garis keras. Hal tersebut terjadi akibat imagologi menelan habis semua sistem simbol untuk dilekatkan kepada sistem identitas sosial keagamaan tertentu.

Akibat produksi makna religiusitas, di satu sisi, dipakai untuk mempertahankan relasi sosial internal kelompok masing-masing. Berkat kata kunci "salam" mereka lebih mengenal satu sama lain, identitas menjadi mudah dikenali. Dalam skala luas, pemaknaan agama yang terfragmentasi, seperti Islam liberal, Islam moderat, Islam tradisional, Islam klasik, Islam kiri-kanan, Islam puritan, Islam ortodoks, dan berbagai karakter yang dilekatkan pada jenis pemaknaan Islam. Abdul Munir Mulkan (2003: 60–61) melaporkan bahwa di tingkat praksis dapat ditemukan kelas sosial menengah di perkotaan cenderung lebih menerima makna agama dalam arti yang "moderat" daripada menerima arti yang "tradisional". Kaum agamawan yang cenderung pada makna tradisional memaknai ibadah Qurban sebagai ritual mutlak penanda hubungan Tuhan dan manusia, sedangkan agamawan yang cenderung pada sikap moderat berpendapat bahwa kurban mempunyai nilai pragmatis dan mengembalikan kepercayaan sosial melalui distribusi kekayaan.

Kelima, agama dipakai untuk memproduksi wacana kelas, misalnya ibadah haji ke Baitullah diperuntukkan "bagi yang mampu", sedangkan bagi orang yang tidak mampu membiayai diri melakukan perjalanan ke Makkah, shalat Jumat dicukupkan sebagai "haji kecil" (*al-hadits*). Frase "bagi yang mampu" diberi tanda kutip karena proposisi tersebut merupakan produksi wacana imagologi agamawan yang menunjukkan pengkategorian kelas sosial. "Mampu" dalam teks origin agama bermaksud mampu melakukan perjalanan, sedangkan dalam teks modern mampu berkonotasi pada kemampuan finansial karena perjalanan tidak lagi mungkin dilakukan tanpa biaya, dan hal itu merujuk pada identitas si kaya-si miskin.

Makna "mampu" menjadi diskursif bagi pemetaan kelas sosial. Orang yang telah beribadah haji adalah orang-orang yang "mampu" dalam arti kaya. Dengan demikian, para haji pun berkelompok dan

membentuk kelas yang membedakan dirinya dengan pemeluk agama yang tidak berhaji. Pembentukan kelompok tidak melulu bersifat gejala komunal manusia sebab di dalam pembedaan itu simbol-simbol keagamaan dijadikan patokan utama untuk menegaskan identitas. Kata sapaan, gestur, dan pakaian merupakan bagian utama dalam penegas identitas kelompok tersebut. Sebaliknya, kaum miskin dalam agama pun bukan komponen yang tidak bisa mengorganisasikan diri, manakala ada satu tema yang bisa menyatukan mereka, bukan mustahil tercipta gerakan yang lebih masif dari kelompok-kelompok sosial agama yang cenderung elitis. Kelompok elite cenderng mempertahankan "ketinggian" status mereka dengan mencipta berbagai macam distingsi, sedangkan bagi kelompok miskin (periferi) semangat organisasional mereka tercipta karena suatu emosi massal atas suatu keadaan. Gejala perbedaan dan peneguhan kelas sosial semacam itu dapat ditemukan dalam gerakan revolusioner masyarakat petani Banten yang berusaha meneguhkan dalil syariah dalam hubungan elite lokal (kaya) dan massa rakyat (miskin) (Kartodirjo,1984: 232–233). Pemberontakan masyarakat petani Banten menggunakan instrumen religiusitas keagamaan untuk menyatukan kelas sosial tertentu. Untuk dapat menyatukan kelas, instrumen yang dipakai harus diterima secara kolektif, telah menjadi hal yang *common sensible, common opinion,* dan *common sense* sehingga masyarakat menerima pengidentikan massal tersebut. Identitas tersebut telah merasa dimiliki bersama. Masyarakat merasa identitas tersebut menjadi bagian dari dirinya (*sense of bellonging*). Sama seperti simbol merah putih merupakan bagian identitas bagi setiap warga Indonesia, ketika simbol tersebut dipakai untuk mengundang massa, warga yang merasa bagian dari Indonesia akan tergerak.

Dominasi pemaknaan teks agama oleh elite terlihat dalam format perumusan istilah *ijtihad* bagi persoalan-persoalan syariah yang sementara ini terbatas pada dominasi elite ulama syariah dalam MUI.

Abdul Munir Mulkan (2003: 41) meletakkan stratifikasi makna dan eksistensi agama simbol didasarkan pada asumsi bahwa ada hubungan dialektik keyakinan Islam dan dinamika sosial penganutnya, hubungan fungsional dan dialektik antara kepercayaan dan status sosial tentang bagaimana realitas empirik dan ajaran Islam dimaknai. Kemudian, hubungan modernisasi dan islamisasi, hubungan antara islamisasi dan budaya lokal yang dilihat dari tipologi perluasan Islam nusantara. Formulasi Abdul Munir Mulkan memetakan perbedaan makna dari relasi antara dua kutub, yaitu dialektik dan relasi harmonis. Ciri modernisasi dan islamisasi menggunakan tanda (*icon*) tertentu untuk menyatakan peneguhannya. Mekanisme yang bergerak dalam benak mereka terjadi akibat perlokusi imagologi yang bermain dalam wacana masing-masing person, yang mengindentifikasi diri: moderat, tradisional, atau modern. Keberadaan imagologi memiliki peran sentral dalam perubahan realitas keagamaan. Peran tersebut tidak terlihat langsung, tapi dari pengamatan fenomena sosial keagamaan masyarakat religi yang menunjukkan adanya perbedaan-perbedaan kelas sosial.

C. Keberadaan Imagologi terhadap Realitas Keagamaan

Tolok ukur kebenaran telah direduksi dalam standar mediumisasi. Hal yang benar adalah yang telah memasuki ruang publik, menghuni medium, dan menjadi *common sense* telah dikonstruksi secara sosial. Tidak ada lagi otoritas agama dalam setiap pengajian. Relasi pembelajaran agama dilakukan dalam format imagologi. Akibat peluruhan otoritas agama digantikan oleh kebenaran imagologis, kebenaran agama bersifat logosentris, ada pada bahasa. Meskipun demikian, posisi otoritas agama masih diakui, namun dibatasi pada wilayah privat, ketika memasuki wilayah sosial, *common opinion* lebih memercayai imagologi. Contohnya, fatwa haram golput pada pemilu silam yang diserukan oleh orotitas tertinggi agama tidak terlalu efektif terlihat dari jumlah partisipan pemilu

yang tetap menurun. Golput justru lebih tinggi dari dari jumlah pemilih, seruan tidak cukup dianuti. Demikian juga sejumlah fatwa lain, seperti larangan merokok, larangan terhadap sejumlah tontonan, dan adegan film, efektivitas fatwa sudah berkurang keampuhannya, *common opinion*. Konstruksi sosial lebih berkuasa.

Imagologi terbukti lebih efektif untuk membentuk sikap *common opinion* daripada otoritas agama. *Qonun Jinayah* di Aceh berkat imagologi negatif, telah berubah menjadi *common opinion,* dikenal sebagai hal yang mengerikan, mengancam, dan mengganggu nurani. *Qonun Jinayah* tidak lagi dilihat sebagai upaya penegakan sistem religi karena imagologi yang diciptakan membuat perlokusi demikian. Kenyataan dan pernyataan kerap tidak konsisten.

Dalam logosentris, pernyataan dan kenyataan sering dihadapkan-hadapkan secara berlawanan, tapi identik (*semblance*). Seperti kata *kereta* dihadapkan pada bentuk riil kereta di atas rel, padahal pernyataan kereta tidak selalu diharuskan menunjuk pada kendaraan besar di atas rel. Dari analog di atas, suatu pernyataan kerap dihubungkan dengan narasi yang menjadi muasal kata tersebut, misalnya kata *jihad*, selalu dihadapkan pada kata *fundamentalisme*, kemudian pernyataan hukum Islam selalu dihadapkan pada kata *rajam* atau *potong tangan*. Hal ini mengawali kesenjangan antara realitas rekaan agama dan masyarakat riil.

Kesenjangan antara realitas rekaan agama, imagologi, dan tangkapan masyarakat mengenai agama mengalami distorsi pembenaran. Imagologi juga dihadapkan pada kebenaran agama (otoritas wahyu). Hal semacam itu merupakan problem lama (dalam filsafat) ilmu. Di kehidupan sehari-hari, orang sering menganggap banyak hal sebagai sesuatu yang sudah pasti, setelah diperiksa dengan cermat ternyata penuh kontradiksi. Bertrand Russel (2002: 1) menyebut ini sebagai problem antara realitas dan tampakan.

Hal yang sama terjadi dalam proposisi dan interpretasi, antara yang dinyatakan dalam kalimat dan realitas yang dimaksud terkadang mengandung perbedaan. Antara makna dalam proposisi dan tafsir yang digunakan terhadapnya. Kesenjangan pernyataan dan kenyataan semakin besar jika dalam pernyataan memasukkan unsur imajinasi, elemen ilutif, untuk menekankan kesan tertentu.

Untuk menjelaskan kesenjangan pengetahuan tersebut, perlu ada pendekatan-pendekatan yang memadai karena imagologi merupakan konstruksi produser terhadap realitas sosial religius. Imagologi bermain pada level konstruksionisme sosial. Konstruksionisme sosial atau disebut konstruktivisme sosial artinya pengetahuan yang disusun untuk menggambarkan suatu realitas berdasar premis-premis yang dibangun dan telah dianggap sebagai kebenaran massal. Premis bukan sekadar saluran pengkomunikasian informasi tentang keadaan mental utama atau perilaku atau fakta-fakta dunia. Mariene W. Jorgensen (2007: 18) enyatakan bahwa bahasa merupakan alat yang menggerakkan dan akibatnya menyusun dunia sosial yang menata hubungan-hubungan sosial (identitas sosial).

Imagologi merupakan jalan membangun konstruksi yang membawa perubahan-perubahan sosial, perubahan makna, dan tafsir atas fenomena yang mengubah dunia dengan cara mereproduksi realitas keagamaan yang baru. Agama dalam wujud imagologi tidak sama atau tepatnya mengubah substansi keagamaan itu sendiri. Ada beberapa pendekatan yang dipakai untuk mencapai tujuan ini.

Pendekatan pertama ialah pengetahuan manusia tentang sebuah objek dianggap sebagai kebenaran objektif. Realitas dianggap hanya bisa diakses melalui kategori-kategori sehingga pengetahuan manusia dan representasi dunia bukanlah refleksi realitas “di luar sana”, namun sebenarnya pengetahuan kita merupakan produk wacana. Produk tersebut merupakan hasil pertukaran berdasarkan situasi dan histori

berbeda di antara orang-orang (Jorgensen, 2007: 9). Akibatnya, cara manusia menggambarkan dunia secara kultural dan historis bersifat khusus dan mungkin, demikian pula dalam menggambarkan ekspresi religiusitas. Cara produser memahami realitas religius diciptakan dan dipertahankan oleh proses sosial. Pengetahuan keagamaan diciptakan melalui interaksi sosial tempat manusia menerapkan konstruksi kebenaran bersama dan membandingkannya dengan apa yang benar dan apa yang salah.

Pada pendekatan konstruksi sosial di atas, pemahaman yang membangun imagologi religiusitas bersifat bukan dari sumber pokok ajaran agama, melainkan dari konstruksi sosial, interaksi subjek dengan lingkungan, dan konstruksi kebenaran yang ada disekitarnya. Ini merupakan bias pertama imagologi religiusitas dengan hakikat keagamaan itu sendiri. Sebaliknya, bagi pemikiran Islam, individu-individu dalam masyarakat, maupun masyarakat keseluruhan, haruslah berinteraksi secara konstruktif yang membawa perbaikan dan penyempurnaan keduanya (Golshani, 2004: 75). Bukan konstruksionisme sosial yang membentuk pandangan individu, melainkan ekspresi religiuslah yang mewarnai konstruksi sosial. Hal itu merupakan tanggung jawab manusia terhadap lingkungannya sebagaimana diwajibkan sistem religinya.

Dalam pandangan dunia tertentu, bentuk tindakan religius dianggap alamiah sehingga tidak ada koreksi ulang pemaknaan, sedangkan bentuk tindakan di luar itu selalu dianggap bisa ditinjau ulang sehingga memicu adanya polemik setiap masa. Misalnya, ucapan salam saat bertemu, memulai suatu acara, dianggap alamiah bagi pandangan dunia Islam. Bagi masyarakat dunia, salam menjadi budaya yang “dipertimbangkan” dan memerlukan kesepakatan sosial untuk menerimanya, demikian juga fenomena khitan, zakat, kurban,

dan ketaatan (*imamah*). Pengucapan kata salam dalam konteks di atas memicu adanya polemik.

Jadi, yang perlu dipersoalkan adalah penggunaan imagologi untuk memproduksi realitas religius. Sedemikian intens penggunaan imagologi religius akhirnya mengubah status ontologis religiusitas dan penggambaran religiusitas. Perubahan tersebut menanggalkan sifat "kesakralan" makna agama. Kesakralanlah yang menyebabkan adanya upacara bendera dan upacara penghormatan militer prajurit yang gugur menunaikan tugas berbeda dengan upacara pisah sambut komandan. Kesakralan membedakan upacara bendera dengan pemasangan bendera di depan rumah. Memasang bendera di depan rumah tidak sakral, upacara bendera menyisipkan makna sakral bagi para pelaku atau partisipan dalam seremoninya. Imagologi religiusitas menghilangkan nilai kesakralan yang hanya bisa diperoleh lewat metode partisipasi langsung.

Masyarakat yang menjadikan imagologi sebagai sumber pengetahuan mengalami deviasi identifikasi. Akan tetapi, masyarakat merupakan subjek-subjek yang bersifat pasif, sedangkan produsen imagologi menjadi agen aktif. Pengetahuan yang disampaikan agen aktif memengaruhi pengetahuan subjek pasif meskipun pada titik tertentu si subjek juga berubah peran menjadi produsen baru ketika melahirkan imago-imago lanjutan. Pengalamannya dikomunikasikan ke orang lain (imagologi turunan).

Status ontologis A' adalah fenomena turunan, gejala yang tidak original dalam memuat segala sifat dan kondisi-kondisi riil realitas sesungguhnya. Manusia memiliki kemampuan untuk tahu dengan cara pencerapan, atau intuisi yang keduanya merupakan interaksi antara subjek dan objeknya secara langsung. Intuisi mengandaikan objek pengetahuan bersifat *inside* dan pencerapan menempatkan objek pengetahuan ada di luar dirinya.

1. Anatomi Imagologi Religiusitas

Berkat penggunaan simbol, bahasa gambar dan kata-kata, manusia berhasil merepresentasi realitas-realitas religius yang bukan sekadar refleksi dari realitas sebenarnya ataupun realitas yang ada sebelumnya. Akan tetapi, mampu memberikan susunan baru—sama sekali baru—suatu realitas religiusitas atau realitas sosial. Makna dan representasi sifatnya riil meskipun sekadar makna dari bahasa yang menggantikan penyebutan objek. Misalnya, peristiwa pencurian. Setiap orang yang memiliki barang berharga yang tidak dijaga atau tidak tersembunyi memungkinkan terjadinya aksi pencurian. Orang-orang berdebat mengenai perilaku pencurian, mencari akar tindakan pencurian yang dikaitkan dengan kemiskinan, kesulitan penghasilan atau kelainan psikologis dan seterusnya. Namun, sejauh pembicaraan orang-orang tersebut masih menyisakan sikap meletakkan barang berharga sembarangan, tindakan pencurian masih mungkin terus berlangsung. Komunikasi bisa bermakna apabila dibarengi dengan tindakan riil berupa perlindungan bagi barang berharga miliknya.

Pernyataan agama dan debat makna religiusitas baru bermakna manakala ada eksponen yang melakukan pemaknaan dalam tindakan, bukan sekadar dalam proposisi bahasa. Proposisi bahwa orang kaya harus mengeluarkan zakat, tetapi ketika tidak pernah ada tindakan mengumpulkan atau mengelurkan zakat harta dari si kaya, pernyataan tersebut tidak bermakna. Seorang imagolog religius melalui gestur dan simbol akan memakai baju koko dan kopiah sepanjang hari memenuhi lidahnya dengan kalimat indah penuh aksen kearaban, tetapi kerap kali tindakannya menunjukkan pola yang berlawanan dengan apa yang disampaikan dalam pesan gesturnya. Misalnya, dengan memasang muka masam, tidak bersahabat, mengeluh, dan yang paling sering terjadi adalah menunjukkan ekspresi keterpisahan identitas dari manusia lain.

(i) Penggunaan Simbol, Gambar (Imago), dan Kata-Kata (Logi)

Banyak orang menyatakan beragama dan memakai tanda-tanda yang menunjuk pada sistem religi tertentu, tetapi tindakan yang dilarang oleh sistem religi terus dilakukan. Misalnya, seorang imagolog beragama Islam, semua kegiatan ritual peribadatan nyaris tidak terlewatkan, di sisi lain, dusta-dusta sosial masih tetap dilangsungkan. Islam hasil imagologi adalah Islam dalam lingkup peribadatan yang terlepas dari lingkup individu-sosial. Agama imagolog dimaknai semata-mata sebagai formula perintah dan larangan, hukuman, dan imbalan. Padahal, dalam realitas riil yang esensial, agama bersifat produktif dan aktif menyusun pemikiran serta dialektika makna sepanjang riwayatnya. Dialektika makna tecermin dalam dialog interpretasi teks agama yang satu sama lain tidak menunjukkan dominasi pemaknaan, tetapi kesetaraan.

Imagologi religiusitas bukanlah fenomena keagamaan atau ekspresi keagamaan, melainkan mekanisme produksi realitas keagamaan yang berstatus aksen. Artinya, ada perbedaan dan keberbedaan di dalam struktur imagologi religiusitas. Keberbedaan (*diferenttiation*) tersebut meliputi imagologi religius dengan fenomena religius dan keberbedaan antara imagologi dan imagologi lainnya. Perbedaan memuat interaksi subjek (manusia) dengan objek (imagologi). Interaksi menghasilkan impresi berbeda satu sama lain, menghasilkan sistem sosial (struktur makna). Perbedaan aktualitas kehidupan menggubah komunikasi.

Perbedaan dan keberbedaan semacam itu merupakan persoalan ontologi layar, yakni persoalan status perbedaan dalam layar yang mempersoalkan keberadaan materialitas layar sebagai objek teknologi dalam segala atribut fisik, mekanisnya, dan keberadaan efek-efek yang ada dalam layar (Piliang, 2008: 2–3). Terminologi layar yang dipakai oleh Piliang dalam sudut pandang imagologi

hanya merupakan sebagian arena fisiknya saja sebab ada arena lain imagologi seperi *teks*, gestur fisik yang melekat pada manusia dan imagologi kolektif yang ada di ranah sosial kemasyarakatan.

Meskipun sebagian ia cukup mewakili penggambaran status ontologis perbedaan dan keberbedaan pengetahuan yang diproduksi dari elemen ilutif. Di sisi lain, imagologi menjadi aktualitas, artinya eksis, ada dalam pengamatan indra, dan ada dalam pengamatan intuisi yang terang dengan sendirinya.

Keterlibatan manusia dalam imagologi semakin menegaskan adanya eksisten yang konkret, yang cara beradanya tidak hanya karena ada "di luar sana", tetapi ada sebagai ada eksis karena dipersepsi, diamati, diinteraksi oleh subjek. Eksisten yang tampak di luar sana diwakili simbol, gambar, dan kata untuk menyusun perbedaan dan keberbedaan.

(ii) Perbedaan dan Keberbedaan Simbol

Konsep perbedaan dan keberbedaan layar, menurut Yasraf, melibatkan ruang dan waktu yang membangun perbedaan meruang (*difference within space*) dan perbedaan mewaktu (*difference within time*). Layar bahkan membuat ruang dan waktu ontologisnya sendiri, yang disebut ruang waktu layar. Perjalanan di ruang waktu tersebut itulah kesadaran manusia sebagai pengada, subjek yang berkesadaran membangun pengalaman eksistensial (Piliang, 2008: 3). Pengalaman terhadap imagologi religiusitas adalah salah satu bentuk dari pengalaman eksistensial yang menggunakan teks sebagai pengadanya.

Pelibatan ruang-waktu layar sebagai *standspoint* status ontologi layar, atau ontologi televisi yang pada realitas nyatanya justru memaksa peluruhan domain waktu sebagai *time* yang bergerak linear dalam satu dimensi. Ini sebuah kealpaan penempatan ruang

waktu layar dalam satu bidang. Waktu adalah dimensi keempat ruang yang dirasakan secara tidak sempurna yang dipahami oleh kesadaran secara suksesif dan dengan demikian menciptakan ilusi bernama temporal (Ouspensky, 2005: xii). Ruang empat dimensi merupakan pengulangan (repitisi) tak terbatas ruang kita yang berada dalam bentuk objek tiga dimensi dalam kuantitas tidak terbatas, sebagaimana garis merupakan repitisi dari titik, bidang merupakan repitisi garis dan bidang berulang dalam waktu temporal (Ouspensky, 2005: 61–63).

Waktu yang dipahami oleh Piliang, dalam ontologi layar tersebut, barangkali mengandaikan adanya laju yang konstan terus-menerus, sambung-menyambung tanpa henti dan tanpa pengulangan sama sekali. Dengan demikian, status ontologis objek-objeknya bisa dibedakan, serta mengalami pembedaan dan keberbedaan intensionalitas subjek-objek berdasarkan pemakaian sesuatu yang diandaikan melaju konstan dalam layar. Pernyataan Piliang rupanya merujuk dari pernyataan Paul Virilio bahwa iring-iringan citra yang merepresentasikan segala yang hidup melintas dengan kecepatan tertentu menempati ruang melalui serangkaian saat (Piliang, 2008: 196 ; Virilio,1991 :16). Waktu identik dengan *time* yang berkarakter melaju dan menempati suatu momen tertentu.

Waktu bagi imagologi merupakan proses membedakan struktur teks atau penggambaran. Waktu bagi imagologi bersifat tetap. Perbedaaan waktu ada karena repitisi atas *sign-sign* menjadi *icon,* menjadi *sign asemblance* yang disusun dalam satuan laju *time* tertentu. Perbedaan terdapat dalam kemenduaan struktur objek, antara A dan A’, antara A’ dan A’’. Artinya, keberbedaan dalam realitas religius (A) yang dengannya imagologi (A’) disusun dan direpitisi menjadi A’’.

Misalnya, terminologi ikhlas sebagai suatu ekspresi religiusitas yang nyaris tidak bisa diamati kecuali dalam cirinya saja. Fenomenologi hanya mampu menangkap gerakan luar ikhlas; dan pemahaman yang dihasilkan dari ikhlas adalah ikhlas turunan, konstruktif, yang disusun dengan pilihan teks. Teks hasil turunan tersebut direproduksi lagi, diobjektivasi sebagai sumber "objek" primer. Teks ikhlas bersifat non-temporal, tidak lagi melaju dalam sesuatu yang terus berubah, ia sudah menjadi bongkahan imagologi yang hanya menempati posisi tertentu, meruang, dan berhenti pada satu titik waktu ketika ia diproduksi.

Struktur imagologi yang hanya meruang dan non-temporal bisa dipilah spesifik lagi berupa unsur-unsur: pesan, simulasi-simulakrum, dataran imanensi, dan gram.

a. Pesan

Menurut Marshal McLuhan, media dan pesan bukanlah dua medan berbeda. Media membawa pesan-pesan dan media adalah pesan tersebut. Artinya, tidak ada dualitas antara media dan pesan. Isi di dalam medium berupa medium lain; isi tulisan adalah ucapan yang ditorehkan; demikian seterusnya. Medium diartikan sebagai tanda relasional antara sesuatu yang memiliki substansi dan bentuk, dengan sesuatu yang kurang lebih sama memiliki substansi dan bentuk. Pesan media adalah pembentukan ulang makna dan pola, struktur aktivitas manusia (Piliang, 2008: 105–107; McLuhan, 1967: 16).

b. Simulasi

Simulasi merupakan kemampuan medium menampilkan dunia ke dalam wujud citra medium. Baudrillard mendefinisikan simulasi sebagai hal yang identik dengan makna kata tersebut, yaitu solusi imajiner. *Imaginary solution* ditafsirkan sebagai

proses menjadikan sesuatu yang non-empiris, non-objektif, dan tidak mengobjek seperti mimpi, halusinasi, khayalan, dan Tuhan dengan cara "dihadirkan" lewat kecanggihan teknologi simulasi (Piliang, 2008: 108; Baudrillard 1983: 34). Tidak semua simulasi berkaitan dengan objek yang tidak empiris, non-riil. Penggantian aktivitas fisik dengan bantuan teknologi termasuk bagian simulasi, misalnya perbuatan X dilakukan dengan cara Y, belajar menerbangkan pesawat dalam ruangan simulasi pilot (Hall, 2003: 46).

> "*By a simulation of X we shall understand something, Y, which is similar enough to X in its intrinsic nature for tendencies to diachronic development which are inherent in X to have parallels in Y. Hence, given suitably analogous stimuli or circumstances, their histories unfold in parallel, and properties....*"

c. Simulakra

   Simulakra merupakan duplikasi dari sebuah duplikasi yang aslinya tidak pernah ada sehingga perbedaan antara duplikasi dan asli menjadi kabur (Piliang, 2004: 21); berarti simulasi-simulakra hasil repitisi simulasi.

d. Definisi dataran imanensi, masih menurut Piliang (2008: xx), adalah konsep diferensi (Deleuze dan Guatari) yang menjelaskan bidang imanen atau non-transenden yang di dalamnya berlangsung produksi keberagaman secara terus-menerus tanpa terikat determinasi metafisika apa pun. Belakangan, model non-determinasi metafisika semacam itu disebut oleh Baudrillard sebagai patafisika yang diartikan sebagai ilmu tentang simulasi atau hipersimulasi yang eksak. Piliang (2008: xxi) mengartikan *gram* struktur sekaligus pergerakan tanpa akhir dari satu penanda ke penanda lain.

Berdasarkan penjelasan di atas, terdapat demarkasi imagologi dan teks yang membantu merumuskan anatomi imagologi secara lebih sempurna. Imagologi mengandung pesan pengetahuan, tepatnya pesan dengan sebuah penekanan pengetahuan yang ditujukan bagi target yang disasar. Pesan tersebut membentuk bahan pengetahuan bagi *common opinion* berbentuk teks. Medium hanya menyampaikan pesan sekaligus sebagai suatu pesan, penggambaran peristiwa, atau objek. Imagologi tidak mengandung pengertian *two in one* (sebagai pesan sekaligus isi pesan) karena produsen secara sadar memasang target pesan. Imagologi hanya membawa pesan, bukan merupakan pesan.

Simulasi imagologi mengandung pengertian yang kurang lebih identik, yakni menampilkan dunia ke dalam wujud teks. Namun, imagologi menyuguhkan fenomena yang bukan *imaginary solution,* yang ditampilkan imagolog dalam simulasi teks adalah fenomen riil, baik ekspresi religius atau paradigma religiusitas (meliputi paham tentang tuhan dan keyakinan-keyakinan sejenisnya) yang mengatasi sistem pikiran berbasis rasionalitas (Vedder, 2006: 3), "*In such cases religion is understood from a concept of god, which is, as a philosophical idea, the beginning and the end of philosophical rationality.*"

Imagologi A' ke A'' merupakan simulakra duplikasi pengetahuan religius turunan menjadi turunan lagi dan demikian seterusnya. *Newsweek* menyusun imagologi kebangkitan Islam Asia. Anwar Ibrahim memungutnya dan membangun polemik dari kalimat tersebut yang melahirkan imagologi renaissans Asia, pemikir lain mengulas pikiran Anwar Ibrahim (A'') dan seterusnya. Hal ini adalah sebuah produksi duplikasi yang aslinya membentangkan kesalahan identifikasi Islam dan filsafat kecurigaan.

Definisi dataran imanensi menjelaskan lingkup tempat imagologi mengalami penurunan makna dari ekspresi keterlibatan

langsung dalam ritual religius menjadi pengamatan yang melulu imanen. Imanen karena eksistensi keyakinan, bagaimana ia ada dalam diri subjek diobjektifikasi melalui *epoche*, yakni "pengamatan dalam tanda kurung" yang melepaskan adanya asumsi dalam diri subjek pengamat.

Akan tetapi, bagaimanakah objek "di luar sana" menjadi pemahaman dalam diri subjek pengamat? *Epoche* memungkinkan dalam hal meneguhkan prinsip "tanpa sangkaan", tetapi data yang disampaikan oleh objek tetap harus direduksi, disusun (induksi-deduksi) oleh pengamat. Apa yang diamati dan berusaha disusun menjadi teks adalah dataran imanen dari imagologi. Patafisika Baudrillard berlaku dalam imagologi dalam hal produksi dari A' ke A'' yang menunjukkan adanya pergerakan tanpa akhir wujud imagologi ke imagologi diproduksi oleh produser untuk membuat polemik produser lain, merekonstruksi pandangan dirinya, atau dibangun oleh produser dengan target untuk pengetahuan *common people. Gram* imagologi, artinya tidak ada A' yang dianggap sebagai penanda utama sekalipun ia menginspirasi penanda baru.

Proses produksi imagologi religiusitas tidak menghilangkan kesenjangan agama dalam bentuk konkret yang dihayati para pemeluknya. Agama menganjurkan pemeluknya menghormati dan menghargai sesama manusia, tetapi penghayatan praktis agama menjadi alat mengesahkan perbuatan menyakiti orang lain. Dikotomi benar dan salah dalam memahami pemaknaan agama berujung lebel "iman atau kafir". Mereka yang mendapat predikat kafir mengalami perlakuan yang, tak jarang, kurang dihargai, bahkan pelebelan "kafir dan neraka" mampu menggiring masyarakat melakukan penghakiman fisik.

Pemaknaan teks agama digunakan mengesahkan perbuatan dan logika kesenjangan ajaran agama dan pemeluknya. Pola tersebut justru dipakai untuk membangun imagologi (misal: jihad) bagi umat Islam, bahkan oleh kalangan umat Islam. Secara tidak sadar (atau pada beberapa kejadian mungkin malah dilakukan secara sadar dan sengaja), cara menyusun opini semacam itu akan menjadi bumerang ke dunia Islam secara menyeluruh. Sesama umat Muslim, melalui perbedaan dan keberbedaan klub keagamaan, membangun imagologi masing-masing, bahwa pihak *oposite* adalah keliru, salah, dan layak diberi stigma kafir. Realitas religiusitas terbiasa menggunakan wacana klubisasi (pengelompokan) untuk membagi wajah agama-agama berdasarkan pandangan pemeluknya sehingga imagologi yang terbangun juga terbiasa menggunakan cara yang sama untuk memaknai bentuk-bentuk "pertentangan" kelompok tersebut. Tidak jarang imagologi religiusitas semakin mempertajam pertentangan tersebut sehingga keseluruhan teks yang dihadirkan ke publik telah menunjukkan identitas masing-masing,

Agama kerap berubah fungsi, bukannya mengelakkan konflik, melainkan malah memberikan landasan ideologi dan pembenaran simbolik kekerasan. Pembenaran bermanfaat mengalihkan tanggung jawab pribadi para pemeluknya sembari mempertajam tekad permusuhan dengan melibatkan tanda-tanda mistis sakral, seperti pembelaan atas nama Tuhan atau membela iman untuk memberikan notasi makna (Haryatmoko, 2003: 64). Pembelaan agama cenderung mengatakan bahwa agama mencintai perdamaian, tetapi motif pertentangan terhadap sesama kelompok agama yang berbeda pemaknaan tetap dipelihara, terlebih pada kelompok yang berbeda institusi agama.

Melalui perbedaan dan keberbedaan, agama di tingkat realitas menjadi modus pengintai yang mengawasi sesama pemeluk agama.

Titik temu makna agama di tingkat praktis sulit dicapai, bahkan untuk mencari kesepakatan bahwa agama menuntun manusia mendalami, menjalani kehidupan secara paripurna tidak tercapai lantaran di tingkat praksis para pemeluknya terus-menerus membuat *gram* (peralihan repetisi tanda baru) yang berbeda satu sama lain.

Produksi *gram* memancing keberbedaan dan melegitimasi kepemilikan kelas, status sosial tertentu. Imagologi religiusitas, terutama Islam, membuka peran yang rentan kekerasan karena penghayatan agama dipakai untuk melegitimasi perbuatan, bukan untuk mendalami arti kehidupan paripurna (Haryatmoko, 2003: 65). Modus proposisi yang dipakai adalah peran "oknum" yang menyalahgunakan makna agama. Agama seolah entitas yang suci tidak tersentuh realitas sosial dan tampak di permukaan oleh perilaku pemeluknya hari demi hari. Sikap-sikap yang dipilih, penampakan di permukaan, merupakan bentuk potret imagologi yang hendak disampaikan sebagai identitas dan pembeda (*distinction*). Distingsi tecermin dalam contoh pemeluk yang mensakralkan penggunaan sarung, celana congkrang, berjenggot, atau pemeluk agama yang fanatik dengan aksesori serban, gamis, dan cadar.

Jika perbedaan hanyalah melulu tafsir atau pemaknaan teks religius, agama mesti mampu menggunakan perannya mengatasi masalah teknis perbedaan metode pemaknaan. Agama terbuka terhadap autokritik, terhadap imagologi yang disusun untuk membenarkan dan melanggengkan perbedaan. Akan tetapi, tidak jarang autokritik yang dibangun subjek lain terhadap agama dibaca sebagai ancaman eksistensial agama sehingga imagologi *counter* dibangun untuk mengukuhkan, melegitimasi perbedaan. Pemahaman keagamaan selalu dikonfrontasi dengan pemahaman lain, bukannya mencoba untuk dimengerti mengapa muncul pemahaman semacam itu. Pemeluk agama menggunakan model

hermeneutika terhadap pemahaman subjek lain dan tidak menggunakan kebenaran koherensi terus-menerus dalam menilai praktik beragama. Pemahaman ekspresi religiusitas tidak sama dengan religi (Taylor, 2007: 4), "*Religiosity, however, is not the same as religion*."

Praktik beragama yang ditransfromasi oleh imagologi menyebabkan gradasi makna religi. Susunan etik antara yang sakral dan yang profan, agama dalam realitas sosial, pemahaman "kehendak" Tuhan, kewajiban dan hak, relasi antar sesama manusia dan tanggung jawab sosial dianggap sebagai ide yang bisa mengalami pemaknaan ulang (Vedder, 2006: 3), "*In such cases religion is understood from a concept of god, which is, as a philosophical idea, the beginning and the end of philosophical rationality*." Akan tetapi, pemaknaan ulang yang berkutat dalam perbedaan dan keberbedaan mengancam kematian pemikiran rasionalitas karena makna baru yang akan diproduksi berujung pada pembelaan kelas. Apabila cara tersebut tidak dilakukan, perbedaan dan keberbedaan malah akan mengancam eksistensi klub-klub keagamaan. Hal itu kebanyakan tidak dikehendaki. Jika perbedaan dan keberbedaan lenyap, secara otomatis distingsi kelas, pembentukan identitas kelas, akan berakhir pula dan itu tidak dikehendaki karena institusi agama sebagian sudah dipakai sebagai distingsi dan pembentukan identitas, bukan semata-mata kegiatan ruhani menuju kedamaian hidup.

Dengan memasukkan tema sentral agama dalam sistem berpikir bagai mata pedang, satu mata pedang memangkas rasionalitas awam dan satu sisi lagi justru mengilhami kebaruan berpikir. Tema-tema sentral agama yang dipakai untuk menyusun imagologi suatu agama menyebabkan upaya rasionalisasi sederhana yang justru berpotensi mencabut agama dari kedalaman maknanya akibat gagal mengantarkan tema sentral agama ke realitas yang lebih luas.

Rasionalisasi sederhana berlangsung di mana-mana—setiap Jumat di masjid, di komunitas-komunitas keagamaan—karena imagologi memangkas otoritas. Jadi, setiap orang bisa memproduksi imagologi dan melakukan repitisi makna terus-menerus. Banyaknya produksi semacam itu membanjiri informasi *common people* yang berpotensi mengendap sebagai pengetahuan publik, sadar atau tidak sadar.

Pemaknaan tema sentral agama yang lebih luas, misalnya, pembicaraan tentang Tuhan yang tidak hanya diklaim oleh agamawan, konsep iman dan tauhid dibawa memasuki pembicaraan tentang sain: sains Islam, islamisasi ilmu, mencari titik temua agama-sains, dan seterusnya. Dengan demikian, pembicaraan agama yang diperluas bukanlah berbicara mengenai agama, melainkan membincangkan studi agama. Pemakaian rasio tidak sama artinya dengan merasionalisasi tema-tema keagamaan karena rasionalitas saja tidak cukup untuk memahami ekspresi religius. Pemikiran komperhensif yang menyeluruh dibutuhkan untuk meraba makna-makna khusus keagamaan.

(iii) Persoalan Nilai dan Etik

Etika baru muncul sebagai pembingkaian imagologi agar tidak terjebak dalam repitisi *gram* yang kronoskopis. Repetisi *gram* yang kronoskopis ialah produksi tanda baru yang dilakukan berdasarkan organisasi waktu dalam medium yang tidak bersifat terus-menerus, tetapi terpatah-patah oleh interupsi. Misalnya, perbincangan tentang sifat ke-*Ahad*-an tuhan ditransformasi menjadi "*Gusti ora sare"* yang tengah menjadi tren pemikiran, banyak dikutip orang tanpa pemikiran yang menyentuh dasar epistemiknya. Ketika tren tersebut belum usai, lalu muncul tren baru lagi dan menindih transformasi pertama. Makna pun saling menindih dalam durasi waktu yang pendek sehingga tiada lagi kesempatan berpikir

mendalam. Ungkapan "*Gusti ora sare*" memerlukan pemikiran lanjutan yang menyentuh kedalaman epistemik ketuhanan (gnosiologi) karena menyangkut metafor kebertubuhan Tuhan. Dalam wacana esensial agama Islam, perbincangan metafor Tuhan dilakukan secara cermat sebab berhubungan dengan fundamen utama pengakuan keislaman: tauhid.

Transformasi seolah menyatakan Tuhan tidak tidur, tetapi sifat tidur ada pada Tuhan. Hal inilah yang mengundang persoalan etika ketauhidan yang jarang disadari produsen imagologi. Propisisi tersebut diproduksi secara repititif tanpa pengantar tentang makna Tuhan-manusia. Definisi Tuhan semakin diperluas dengan karakter pemujaan dalam diri manusia, seperti penuhanan kekuasaan atau ideologi. Etika pembingkaian mensyaratkan adanya informasi yang berimbang dan kontinu dalam susunan imagologinya. Definisi Tuhan tidak dipangkas dalam satu babak saja sebagaimana, sifat yang *ora sare* saja tanpa pemahaman utuh apa dan bagaimana dualitas konsepsi sifat Tuhan-manusia. Tanpa keberimbangan *sign asemblance*, pembicaraan Tuhan sudah menekankan pesan khusus: Tuhan tidak lagi suci dan sakral.

Nilai kebenaran dan moral turut mengalami peluruhan akibat pelanggaran norma dan moral agama tidak menyebabkan seseorang kehilangkan otoritas memaknai agama kepada *common goods*. Moralitas menjadi urusan personal, dibedakan antara apa yang dibicarakan dan apa yang dikerjakan. Kondisi semacam itu berlawanan dengan teori kebenaran *performed* yang mampu menjelaskan kebenaran-kebenaran ajaran religius.

Kebenaran *performed* adalah kebenaran sebuah pernyataan yang sesuai dengan apa yang dikerjakan. Seperti proposisi agama yang mengajarkan cinta kasih, pemeluk agama pembuat pernyataan tersebut harus menyatakan cinta kasih dalam

aktualitas perbuatannya. Proses mencari kebenaran religius tetap bersandar pada teori-teori kebenaran. Teori tersebut tidak hanya memuat pengertian "kebenaran", tetapi menetapkan syarat-syarat berlakunya suatu pernyataan atau kepercayaan dapat disebut benar. Sebuah pernyataan dikatakan benar jika pembuat pernyataan mengetahui apa arti pernyataannya, produser tahu bagaimana cara menguji kebenarannya, cukup bukti memadai untuk menerima atau mempercayainya (Sudarminta, 2003: 129).

Dalam pemahaman religiusitas, pernyataan dapat dianggap benar jika ada pernyataan lain yang tidak berlawanan atau malah mendukung pernyataan tersebut. Hal ini merupakan teori kebenaran koherensi. Misalnya, pernyataan "wanita wajib berbakti pada suaminya" dianggap benar jika tidak berlawanan dengan proposisi lain, seperti "suami harus menjadi pelindung istri" atau kalimat yang kebenarannya sudah umum dibenarkan.

Teori kebenaran konsensus yang diajukan Thomas Kuhn cukup memadai untuk mengukur kebenaran imagologi: bila sebuah pernyataan disetujui oleh para ahli bidang tersebut, pernyataan tersebut benar. Habermas mensyaratkan empat kebenaran dalam teori kebenaran diskursus. Pernyataan (imagologi) harus dapat dipahami atau bermakna. Isi pernyataan benar tidak terdapat kontradiksi di dalamnya, pernyataan dapat dibenarkan oleh pembuat pernyataan, pembuat pernyataan bersikap jujur dan benar (Sudarminta, 2003: 130).

Pernyataan-pernyataan agama memungkinkan untuk diuji menggunakan teori kebenaran diskursus, misalnya "kebenaran harus disampaikan walaupun pahit". Pernyataan itu benar karena dapat dipahami, tidak kontradiktif dalam proposisinya. Si pembicara memang mengatakan kalimat tersebut dan ia berkata

sesuai pesan kitab suci (jujur) sekaligus tidak melanggar ketentuan agama (benar) benar.

Perjalanan setengah abad terakhir berbasis teknologi, memaksa perantingan makna agama disampaikan melalui imagologi. Perubahan realitas sosial keagamaan yang dijelaskan secara tradisional berlangsung lebih lambat dari penjelasan imagologi, dan masyarakat cenderung pada perolehan pengetahuan secara cepat, semakin cepat (dianggap) semakin baik dan (dianggap) semakin valid (Badaracco, 2003: 4), "*The children of the information age are so accustomed to the face of change introduced by media that they need to be educated to understand how slowly traditional religious cultures change*." Claire Hoertz Badaracco menjelaskan mengapa agama dipahami melalui imagaloginya, dan realitas sosial keagamaan dijadikan kunci sentral kegiatan beragama, bukan pada makna religiusitasnya. Nilai-nilai "mistis" seperti surga dan neraka dianggap fenomena pemikiran, dibaca sebagai sejenis metode penekanan agar mematuhi agama. Oleh karena itu, meminjam Badaracco (2003: 8), untuk menangkap maksud religiusitas tentang term agama, diperlukan kompetensi, dan kemampuan agar nilai religi tidak tercerabut tanpa makna.

Tanpa kompetensi, proses eksplanasi makna religi dalam media digambarkan sebagaimana hubungan teknologi dan produksi semua media. Proses penggambaran realitas terjadi dalam kata-kata tertulis, sedangkan kata-kata yang tidak ikut tertulis selayaknya pembicaraan langsung, terabaikan. Medium hanya dipakai untuk mengubah kata menjadi tertulis, tercetak, terdeskripsi digital, atau dalam bentuk lain. Hal ini menjadi ironi dunia, padahal dengan imagologi dunia didominasi dan diubah ke dalam imajinasi teks. Fenomena tidak lagi apa adanya, tetapi manipulatif. Jika menghendaki suatu fenomena terjadi, imagologi

melalui pilihan *semblance*, dan struktur teks tertentu mampu menyebabkan fenomena yang dikehendaki menjadi tampak riil. Contoh tercanggih adalah akrobat imagologi AS terhadap negara Irak (nuklir dan sejata kimia), Afganistan (persembunyian Osama bin Laden), lewat teks terorisme dunia dan *semblance* ancaman kedikatatoran, aksi membumi-hanguskan Irak-Afgan banyak diamini negara di dunia. Kini, fenomena imagologi menjadi bagian dari teknologi, sebuah keadaan yang melulu bertumpu pada proses produksi.

ooo0ooo

BAGIAN VII

EPILOG

A. Pluralitas dan Multiplisitas Imagologi

Kemampuan imagologi terdapat pada daya kreasinya yang luar biasa dalam merekayasa fenomena. Menurut Ouspensky, fenomena adalah refleksi imagi dari suatu makna esensial, *noumenon* (2005: 221). Namun, hanya imagologi secara tepat yang mampu merefleksikan *noumenon* menjadi fenomena dan memerlukan sebuah kekuatan yang membuat orang lain bisa melihat apa yang dikehendaki si pembuat (*producere*). Sekalipun apa yang dikehendaki masih dalam tahap ide, sebagaimana memandang lukisan atau mendengar lagu, seseorang bisa melihat ide yang dirasakan si pemusik atau pelukis.

Imagologi menyebabkan fenomena bisa dihadirkan sesuai imaji preherensi yang akan diciptakan produsen. Maka, fenomena tidak dapat dilihat secara mandiri agar mengungkapkan dirinya sendiri sebab fenomena tersebut sudah manipulatif. Selain aspek manipulatif, banyak fenomena yang tidak bisa dikurung. Salah satunya adalah fenomena religiusitas yang tidak bisa dikurung (*epoche*) karena jika dikurung akan

terjadi generalisasi perbuatan. Perbuatan menyembelih hewan pada Idul Qurban sama dengan penyembelihan hewan di rumah pemotongan hewan (*abatoir*). Kenyataan itu disebabkan pembiaran objeknya. Fenomena mengungkapkan dirinya, padahal fenomena tidak selalu riil atau murni tampil apa adanya. Imagologi membuktikan adanya fenomena yang manipulatif. Dalam fenomenologi religiusitas, yang membedakan ritual agama dan perbuatan biasa dalam aspek nilai dan makna, adalah asumsi yang ada dalam benak pelaku. Pengamat yang mendekati objek dengan cara melepaskan semua asumsi tidak bisa terjadi seratus persen, pengamat tentu saja selalu mengajukan sebuah pertanyaan tentang maksud adanya objek, apakah ia bermakna atau tidak bermakna, jika punya makna, apa maknanya menurut si pelaku.

Imagologi membuat pengamat berpikir sesuai kehendak objek aksen yang diamati. Imagologi sebagai fenomena religiusitas (A') adalah tampakan objek aksen yang direkayasa—dipilih *sign asemblance*nya—sehingga hasil amatan itu belum tentu merupakan persepsi riil tentang sebuah fenomena religiusitas dan biasanya hanya berpusar pada suatu fungsi perantingan pengetahuan dalam memaknai religiusitas. Dengan memaknai fenomenologi (sebagai metode), sebagaimana dikembangkan Husserl, berarti memusatkan diri pada proses pengetahuan tentang esensi dari fenomena, dengan menguraikan secara rinci ciri-ciri objektivitas yang membangun fenomena. Kemudian, menyusun sebuah pandangan mental (*eidos*) yang memiliki determinasi universal, yang disebut sebagai esensi (Piliang, 2008: 6 ; Welton, 2003: 14). Fenomenologi dalam pandangan Husserl adalah ilmu yang mempelajari esensi fenomena. Manakala fenomena sudah direkayasa, tidak ada lagi esensi yang muncul selain penekanan pesan makna, interpretasi. Rekayasa tidak senantiasa negatif. Rekayasa berarti memasukkan elemen "yang lain" ke dalam konstruksi yang sedang disusun.

Interpretasi adalah pengamatan untuk makna atau penipuan berkedok makna dan tanda buatan yang berupa figur buatan karena dalam pemikiran tersebut kemungkinan untuk hadirnya makna yang literal, benar, dan identik dalam dirinya telah tertutup (Spivak, 2003: 41). Tampaknya, interpretasi tidaklah bebas nilai, ia memiliki suatu tendensi. Jacques Derrida (1974: 61) menambahkan bahwa interpretasi adalah suatu bentuk kehendak untuk berkuasa. Interpretasi eksis (bukan sebagai pengada, melainkan sebagai sebuah proses, sebuah kemenjadian, sebuah *becoming*) sebagai dampak.

Salah satu rekayasa fenomena religiusitas ialah munculnya tampakan yang melintasi waktu. Setiap fenomena terikat dalam suatu ruang dan waktu tertentu, sedangkan imagologi melepaskan diri dari kungkungan waktu dan ruang. Dimensi masa lalu, masa kini, dan masa depan suatu objek bisa diramu dalam satu paket sekaligus, dan masyarakat bisa mengonsumsinya dalam ruang yang tidak terikat temporalitas. Sesuatu yang tersekat waktu dan ruang tersebut berarti interaksi antara subjek-subjek lain dan imagologi sebagai objek kebendaan. Misalnya, ketika penyusunan imagologi pengetahuan, produsen memasukkan elemen masa lampau, memori *present day* memproyeksikan imajinasi, kemungkinan, dan estimasi masa depan. Persepsi yang lintas waktu adalah menyatukan masa lalu (*retrospective*), masa kini (*perspective*), dan masa mendatang (*prospective*) dalam satu medan ruang (Heidegger, 2002: 309 ; Piliang, 2008: 52).

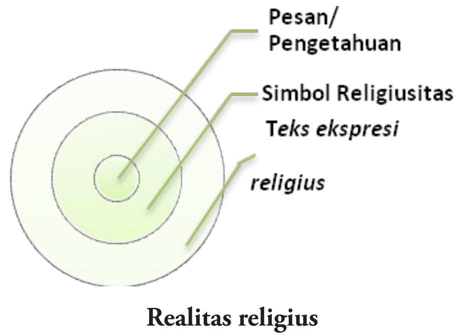
Pemanfaatan fungsi bahasa yang merantingkan makna tidak dalam satu dimensi waktu yang meruang membuat semakin ketat pilihan kata dan semakin besar kemungkinan ambiguitasnya, apalagi dalam penggunaan metafor dan simbol-simbol. Imagologi bagaikan menginjak dua perahu sekaligus, satu kaki dalam bahasa dan kaki lainya dalam kenyataan, dalam ombak waktu yang kronoskopis. Simbol menantang untuk berpikir, untuk berpikir dibutuhkan bahasa. Bahasa

simbol hanya dapat ditangkap maknanya melalui interpretasi atau hermeneutika (Siswanto, 2003: 80).

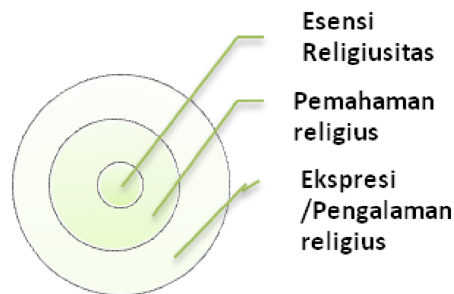
Menurut Dillistone, simbol agak terpisah dari dunia. Petunjuk dan tanda pertama-tamalah yang diterapkan pada dunia sebagaimana adanya. Penunjuk dan tanda beroperasi dalam lingkungan yang relatif statis, ketika kata dan gerak-gerik digunakan untuk mendeskripsikan suatu barang (Dillistone, 2002: 15). Misalnya, tanda sendok dan garpu menunjukkan satu makna yang cenderung statis. Berseberangan dengan pandangan Whitehead (2008: 9), pikiran manusia berfungsi secara simbolis apabila beberapa komponen pengalamannya menggugah kesadaran, kepercayaan, perasaan, dan gambaran mengenai komponen-komponen lain pengalamannya. Perangkat komponen yang terdahulu adalah "simbol" dan perangkat komponen yang baru membentuk 'makna' simbol. Keberfungsian organis yang menyebabkan adanya peralihan dari simbol kepada makna akan disebut sebagai referensi (Dillistone, 2002: 18). Itulah yang disebut sebagai kemungkinan multiplisitas imagologi.

Multiplisitas berarti memberikan ruang gerak yang bebas untuk dinterpretasi sebanyak mungkin dengan mengacu pada simbol, *sign asemblance* yang dipakai sehingga tidak akan ada kebenaran mutlak atas suatu teks imagologi. Multiplisitas menjadi ruang lentur tempat kepentingan bertaruh dan kehendak berkuasa menjadi nyata. Proses interpretasi berdasarkan identifikasi yang tersedia adalah bentuk lain dari kehendak berkuasa (Spivak, 2003: 45). Posisi multisiplitas ada di area simbol religiusitas, sebagaimana digambarkan sebagai berikut.

B. Imagologi Religiusitas



Realitas religius



Tabel 2. Imagologi Religiusitas

Deviasi fenomena religiusitas dan imagologi tidak hanya terdapat teks dan contoh-contoh aktual media massa. Kronik lama antara agama pendatang dan agama lama menggambarkan absorbsi imagologi dalam praktik, bukan sekadar dalam wacana. Fenomenologi agama tidak dibaca sebagai ekspresi pengalaman keagamaan seorang penganutnya, seperti terlihat dari laporan Mark R. Woodward yang membedakan Islam dan Islam Jawa. Islam Jawa berpusat pada keberadaan keraton dengan segala aribut dan pengaruh tradisi yang melingkupinya.

Islam Jawa yang digambarkan Woodward (1999: 220) lebih menekankan pengalaman mistik dan pemujaan wali daripada ketaatan eksoteris. Bangsawan dan warga kampung biasa yang bercorak kejawaan tidak menaruh perhatian pada kesalehan naratif. Hal ini berbeda dengan agamawan yang bercorak non-Jawa atau mengikuti tradisi Timur Tengah yang lebih menekankan pada aspek naratifnya. Konsekuensinya adalah perbedaan interpretasi peribadatan, pemaknaan hal-hal yang sakral, dan pemahaman atas totalitas agama. Orang-orang yang tidak mementingkan narasi agama tetap berusaha mempertahankan aspek-aspek yang unik, terutama tradisi pra-Islam dengan konsep-konsep mengenai kewalian, jalan mistik, kesempurnaan manusia yang oleh sebagian orang dilakukan melalui kultus pada keraton (Woodward, 1999: 352). Sebagian lagi, yang jauh dari keraton memusatkan perhatian religinya pada guru-guru spiritual yang dianggap memiliki garis dengan kewalian.

Islam Jawa—dilihat dari aspek kesejarahannya—merupakan hasil perdebatan dan interpretasi, yakni perdebatan antara pendekatan sektarian dan doktrinal bagi manusia (Woodward, 1999: 351). Sebagai sebuah dialektika pemahaman antara agama dan narasi agama, teks-teks, realitas-realitas, dan pernyataan-pernyataan ideologis memberikan akses yang mempunyai hak-hak keistemewaan dalam membangun organisasi keagamaan yang berujung pada terciptanya sistem-sistem imajiner dalam pengetahuan keagamaan.

Kesalehan manusia tidak lagi diukur berdasarkan seberapa banyak menggunakan simbol keagamaan atau seberapa banyak habitus Timur Tengah diadopsi. Akan tetapi, kesalehan tradisional semacam itu lebih nyata daripada sekadar menggunakan rakitan imagologi pada orang modern. Sebab, bagaimanapun juga, agama tidak bisa dilepaskan dari konteks sosial, kenyataan yang dilahirkan oleh para pemeluknya. Agama memiliki makna ambivalen antara esensi agama sebagai ajaran yang menuntun manusia menuju Tuhan dan agama di tingkat praksis

sosial yang ditampakkan oleh para pengikut agama yang melahirkan makna agama sejauh mereka pahami.

Tidak mengherankan jika imagologi yang memotret fenomena keagamaan di level “dilahiriahkannya” makna-makna agama mengalami bias esensial dengan agama. Karena pemakaian yang serba-simbolik di era imagologi selalu merujuk representasi nilai, konsep formal paham tertentu berada dalam dunia interpretasi penganutnya.

Agama sebagai elemen di level praksis mudah dimanipulasi untuk membentuk identitas sekaligus membedakan diri dan menghubungkan diri dengan wacana-wacana kekuasaan, baik melawan atau mendominasi kekuasaan. Misalnya, Perda (Peraturan Daerah) Syariat Islam dapat diinterpretasikan sebagai alat membentuk identitas kemusliman di ranah hukum dan negara, dijadikan alat untuk membedakan identitas Muslim dengan warga negara lain berdasarkan hukum positif. Pada banyak Perda Syariat Islam, persoalan yang diperangi adalah kencenderungan yang tinggi dalam pertumbuhan kemaksiatan atau bercokolnya tradisi yang dilarang agama. Di satu sisi, tantangan tersebut merupakan seruan esensi agama, di sisi lain, tema Perda syariat Islam beralih peran sebagai alat melanggengkan dominasi kelas religi atas masyarakat umum secara formal melalui hukum positif.

Berkaca pada model tradisi Islam Jawa yang mengedepankan kesalehan non-naratif, usaha menetralisasi tradisi yang dipantang oleh agama adalah dengan jalan menjajakan nilai keagamaan yang lebih menarik daripada tradisi lama yang dipantang itu. Bagaimana cara agar agama lebih diminati kaum muda daripada ajang karaoke malam atau balap liar; bagaimana ekstase keagamaan lebih digemari daripada ekstase lantai disko.

B. Auotokritik Imagologi

Kritik imagologi terletak pada fenomena keagamaan yang sudah sedemikian simbolik sehingga tidak lagi menarik untuk diselami. Asal mengonsumsi simbol keagamaan, label religius sudah pasti melekat, seperti orang yang mengonsumsi makanan KFC sudah pasti melekatkan label modern dan gaya hidup metropolis. Dengan mengusung imagologi plural, sudah pasti label modern dan moderat, tidak ketinggalan zaman, akan melekat. Isu gender dalam Islam sudah pasti mengindentikkan diri pada lebel kaum "liberal" yang bebas berpikir merekonstruksi tradisi. Kecenderungan konsumsi simbol itu diakibatkan oleh repitisi imagologi religiusitas yang sedemikian gencar dan memutuskan mata rantai pemeluk agama, si *salik* (penempuh jalan ruhani), dari esensinya. Muncul gejala masyarakat yang merasa tidak perlu mendiami pondok pesantren untuk mempelajari Islam, tidak perlu mempelajari agama autentik, cukup mempelajari agama yang ada ditampak-tampakkan sebagai *mainstream* wacana. Ketika orang memutuskan diri menjadi *salik* (mempelajari agama secara otentik), justru disebut aneh karena ia tidak mengonsumsi simbol, tetapi menjadikan esensi agama sebagai realitas hidupnya. Inilah era kematian agama akibat repitisi imagologi yang kronoskopis (terpatah-patah dalam waktu).

Konsumsi simbol-simbol agama juga terbatas pada suatu konteks tertentu. Contohnya, Perda Syariat Islam merupakan konsumsi religiusitas simbolik di ruang pemerintahan-kenegaraan. Simbolik karena persoalan yang lebih esensial bagi agama cukup banyak, misalnya konstruksi KUHP yang secara umum tidak sejalan, kontra definisi dengan paham Islam, terutama definsi kasus perzinaan, (kekerasan, kejahatan, pencurian) bermakna kontras dengan esensi zina dalam Islam. Kewajiban memungut zakat harta bagi orang kaya telah bergeser menjadi sistem kerelaan, akibat adanya dualitas dengan sistem pajak negara. Kegagalan sistem ini menyebabkan agama mengalami

ketergantungan finansial pada donasi, agama tidak berdaya di hadapan kekuatan kapital-kapital. Akibatnya, tanggung jawab institusi agama atas anak yatim, fakir miskin, dan mengatasi kesenjangan sosial dilepaskan perlahan, dan dialihkan sebagai masalah negara secara utuh. Bandingkan sistem zakat harta, misalnya, sebagaimana dikembangkan Iran. Akibat pelepasan kewajiban memungut zakat mal bagi orang kaya, secara tidak sadar, agama menyetujui dirinya dimasukkan dalam ruang privat dan peribadatan semata sebab zakat pun sudah dikotakkan sebagai kegiatan ibadah manusia terhadap Tuhannya.

Masalah esensial yang lebih populer adalah kesalehan aparat negara dan hukum yang tidak bisa menjalankan amanah kepemimpinan. Syarat amanat adalah syarat utama bagi suatu kepemimpinan menurut perspektif keagamaan, tetapi tanpa sifat keamanahan pun tetap absah menurut perspektif negara. Hal-hal penting yang bersifat prinsipil malah luput dari ingatan komunitas religius. Inilah buah dari repitisi imagologi yang hanya mengonsumsi simbol sehingga yang prinsipil malah dianggap bukan lagi persoalan karena sedemikian akutnya. Ketidakmampuan sistem religi mengatasi masalah-masalah esensial menyebabkan religiusitas di tingkat praksis kekuasaan mengalihkan perhatiannya pada upaya simbolik berupa penegakan agama dengan jalan Perda Syariat Islam. Kenyataan ini diakibatkan ketidakmampuan agama (*vide* para pemuka) menyentuh masalah esensial dalam KUHP, memasukkan *mainstream* Islam di level UU, kompensasinya para pemeluk merasa cukup "representatif" memasukkan *mainstream* agama di level yang lebih *smooth*, yakni peraturan daerah.

Akan tetapi, bukankah ada usaha membawa esensi keagamaan di level yang lebih strategis, misalnya negara? Barangkali, ada usaha semacam itu, namun hal tersebut merupakan bagian dari model konsumsi simbolik di ranah kekuasaan yang memanfaatkan ketertarikan hasrat religius masyarakat sebagai basis isu membangun

komoditas politik. Strategi mendirikan partai yang menjajakan simbol keagamaan, seperti logo bulan sabit, Ka'bah, bintang, simbol kaligrafi, burung, dan simbol-simbol ikonitas lain yang berhubungan erat dengan wacana-wacana simbol-simbol agama, seperti isu Perda Syariat Islam. Cara demikian dilakukan untuk membangun suatu imagologi bahwa masih ada elemen agama yang eksis memperjuangkan agama di tataran kekuasaan, dan kelompok tersebut terus memproduksi wacana yang khas demi kehendak berkuasa mereka dengan cara memainkan isu syariat Islam sebagai dasar negara. Pemeluk agama yang tertarik, *concern* dengan penegakan agama di ranah kekuasaan-negara, tentu saja akan bersuka cita menyambut dipakainya simbol tersebut oleh partai X. Dengan cara ini, partai X bisa menggalang kekuatan sosial. Di tengah perjalanan partai X, berkembanglah isu utama yang semula dimonstrasi via isu syariat Islam. Mereka yang *concern* pada penegakan syariat Islam secara utuh terpaksa menelan pil pahit dengan bergabung pada partai X yang mengusung simbolisme agama sebagai daya tarik partainya. Dengan demikian, partai agama tertelan oposite nuansa perbedaan dan keberbedaan, semisal isu adanya undang-undang deliberatif yang bermuara pada sistem konsensus sebagai imagologi *counter* terhadap imagologi syariat Islam kaffah.

Selain itu, ada pertimbangan lain, bahwa salah satu strategi membedakan diri dengan partai lain ialah mendirikan partai keagamaan (*aktus*) karena nyaris tidak ada esensi keagamaan yang dipertaruhkan sebagai harga mati, bukan sekadar distingsi, bukan sekadar mengumpulkan peminat simbol-simbol religi dalam satu kesatuan politik (*potentia*). Cara paling efektif adalah menggunakan partai untuk membangun distingsi. Mekanisme selanjutnya adalah melakukan repitisi imagologi sedemikian banyak untuk menegaskan distingsi tersebut, mulai dari cara memaknai teks suci, menyuguhkan interpretasi esensi agama, memperkenalkan, dan memopulerkan

habitus (cara bicara, gestur, tradisi, pakaian) religius sebagai identitas kelompok.

Agama memiliki salah satu sifat yang multiplisitas dan menerima diferensiasi, namun melalui imagologi, agama di level masyarakat berubah dalam dikotomi inklusif-ekslusif, sektarian, terkotak dalam mazhab. Ketika imagologi religius dijadikan basis pengetahuan, perbedaan sudut produksi imagologi dianggap sebagai perbedaan prinsipil yang mutlak. Esensi keagamaan dalam arti tertentu tidak deferensiatif, tetapi di level pemaknaan, perbedaan dan keberbedaaan sangat diterima. Multiplisitas menunjukkan kebebasan interpretrasi melalui argumentasi langsung, bukan membincangkan A' menjadi A''. Hal yang didialogkan ialah makna, sedangkan perbedaan di level perilaku pemeluknya merupakan aspek multiplisitas religiusitas.

Repitisi imagologi yang berlebihan berubah melampaui dirinya, *hypertexs,* yakni pemaknaan agama yang terlampau *multiple*. Perbedaan dan keberbedaan menjadi identitas keberagaman religius. Akhirnya, esensi ajaran agama dianggap sebagai utopia yang menjanjikan adanya keindahan kehidupan yang serba-sempurna, tanpa konflik interpretasi, perbedaan identitas, dan menjanjikan esensi kehidupan ideal: kesamaan, kesetaraan, yang kaya memerhatikan yang miskin, ilmu dijunjung tinggi, tidak ada levelitas sosial karena perbedaan hanya diukur dari keseriusan menjalankan perintah agama secara total (takwa). Agama bergeser menjadi utopia.

Apa yang diceritakan agama dianggap tidak mampu tercapai saat ini, tetapi pasti akan tercapai, dan ini menjadi energi yang kuat bagi sebuah pergerakan sosial, itulah utopia. Namun, kondisi semacam itu menjadikan agama mengalami resistensi dari pemeluknya. Ketika imagologi keagamaan terlalu ekstrem, *hypertexs*, agama dianggap hal yang teramat biasa dan berjubel, terlampau banyak fenomena keagamaan di medium sehingga banyak di antara fenomena itu

dianggap sebagai "sampah" religi. Imagologi religiusitas menyebabkan antara yang sakral dan profan tidak tampak, ekspresi religius bersatu dengan kegiatan produksi. Pilihan *sign asemblance* yang disusun untuk menggambarkan agama dengan esensi agama semakin jauh berjarak. Penggabungan produksi pariwara dengan dakwah adalah salah satu gejala tersebut.

Realitas religius direpitisi selayaknya produksi barang konsumsi. Dalam banyak hal, imagologi religius menjadikan agama sebagai bulan-bulanan multiplisitas dan diferensiasi, jadi objek yang dikambinghitamkan untuk banyak kasus sosial. Tak jarang dijadikan pembenar posisi sekaligus menekankan suatu interpretasi seperti lembaga MUI, penyedia fatwa, alibi KDRT, dominasi pria atas wanita dan sebagainya. Dampak imagologi dalam fenomena religiusitas dijelaskan dalam kolom berikut.

Imagologi Religiusitas		
Distingsi: A. Membedakan diri dengan kelompok lain, yang berbeda persepsi, non agama. B. Menyusun, mengukuhkan Identitas baru. C. Mengintegrasikan person dalam kelompok-kelompok	Pola Konsumsi: A. Pemeluk agama mengkonsumsi simbol agama dalam sosial, politik, habitus untuk menunjukkan sisi religiusitas. B. Menjadikan simbol religius sebagai agama itu sendiri, menghilangkan kesakralan, otoritas	Hyper Teks : A. Repitisi simbol berlebihan, terjadi kemuakan dan penolakan/resistensi agama. B. Agama menjadi utopia, mimpi yang menjanjikan kedamaian, jalan menuju Tuhan, akibat kegagalam menjawab realitas sosial

Tabel 3. Dampak imagologi dalam fenomena religiusitas

Transformasi keagamaan terjadi akibat perubahan teknologi dan budaya yang memungkinkan imagologi menggantikan otoritas agama, dianggap sebagai pemasok pengetahuan yang memadai bagi pengetahuan agama atau pengetahuan keagamaan (Badaracco, 2003: 2).

> "...religious cultures have adapted media technology in order to deliver their messages both to adherents and to the unchurched. The adaptation of multimedia or generationally friendly modes by traditional religions evangelizing prodigal youth is a postmodern homily expressed in religious rock music, videos, novels, film, Internet, and cybercafes. All forms of media, including public relations campaigns designed for persuasion, talk shows, and mass rallies, have been adapted from secular to religious culture by sectarian groups."

Pengetahuan agama merupakan ajaran-ajaran agama yang bersifat formal dan sudah teratur dalam bentuk syariat, tata cara peribadatan. Pengetahuan keagamaan adalah hubungan agama dengan realitas sosial, seperti ekonomi Islam, Hukum Islam, budaya islami, dan seterusnya. Persuasi yang sedemikian ketat, dalam media terutama, terkadang justru dilakukan oleh orang-orang yang tidak atau kurang memahami tema keagaman sampai makna esensialnya. Hal yang dipahami oleh awak medium dan kebanyakan *producere* imagologi adalah agama dalam wujud (realitas) imagologinya sehingga mereka dengan mudah menilai dan menyusun *sign asemblance* berdasar tangkapan dan *interest*-nya (A").

Antara pengetahuan agama dan keagamaan direduksi, sifat *private* yang ada pada pengetahuan agama dianggap bisa dilekatkan pada pengetahuan keagamaan. Padahal, yang satu ini—pengetahuan keagamaan—sudah pasti melibatkan masyarakat, kepentingan orang banyak yang berbeda latar belakang dan agama, jadi tidak bisa dianggap sebagai ruang *private* lagi, tetapi membutuhkan diskursus yang sehat. Pengetahuan agama adalah pengetahuan seorang pemeluk tentang sistem agamanya. Alasan yang sering dipakai untuk menyembunyikan kealpaan konstruksi sosial ini ialah diskursus yang sehat.

Diskursus sehat berarti bukan sekadar menghadirkan kesepakatan (konsensus). Konsensus kebenaran keagamaan berpotensi menghilangkan sisi kekhasan, penekanan makna teks-teks agama yang esensial dalam komunikasinya. Maka, apa yang dikatakan oleh

Habermas (2006: 10–15) tentang agama harus bebas makna saat dikomunikasikan dalam ruang publik, tidak menyediakan argumen yang cukup kuat. Pernyataan Habermas terhadap religi dan ruang publik layak ditolak.

Kehadiran imagologi religiusitas telah menggantikan realitas religius yang ditandai konsumsi terhadap penanda-penanda baru keagamaan (*gram*). Produksi massal imagologi sama dengan menggandakan penanda sebagai representasi simbolik keagamaan. Kegiatan ekspresi keagamaan ada di level hubungan penggunaan penanda. Distribusi makna keagamaan adalah konsumsi atas penanda-penanda keagamaan.

Pengetahuan keagamaan sangat kompatibel untuk berbicara di ruang publik dalam pilihan *sign asemblance* apa pun dan untuk *interest* apa pun. Konsumen imagologi, masyarakat yang menjadikan imagologi sebagai satu-satunya sumber pengetahuan agama menggantikan otoritas keagamaan itulah yang perlu semakin bijak menyikapi repitisi imagologi dan menguji kebenarannya sesuai objek. Pengetahuan keagamaan aksen, yang manipulatif tidak disamakan atau diasumsikan sebagai esensi keagamaan sehingga respons masyarakat terhadap imagologi keagamaan dapat terkendali, selektif, bukan terlarut dalam repitisi *gram* imagologi. Semoga bermanfaat.

ooo0ooo

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Irwan. 2007. *Konstruksi dan Rekonstruksi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Ahimsa-Putra, Heddy Shri. 2006. *Strukturalisme Levi Strauss: Mitos dan Karya Sastra*. Yogyakarta: Kepel Press.

Al-Jabiri, Muhammed. 2003. *Kritik Pemikiran Islam, Wacana Baru Filsafat Islam*. Yogyakarta: Fajar Pustaka Baru.

Alisjahbana. *www.elektroindonesia. com/elektro/utama6.html*. Diakses tanggal 27 Juli 2009.

Apomfires, Frans. 2002. "Makanan pada Komuniti Ada Jae: Catatan Sepintas-Lalu Dalam Penelitian Gizi". Aalam *Jurnal Antropologi Papua* Volume 1 No. 2, Desember. Papua.

Badaracco, Hoertz, Claire. 2003. *Quotion God : How Media shape Ideas About Religions and Culture*. Texas: Baylor University Press Waco.

Badcock, Christopher R. 2006. *Levi-Strauss, Strukturalisme dan Teori Sosiologi*. Terjemahan. Yogyakarta: Insigth.

Suryanto Puspowardoyo.1997. *Bunga Rampai Filsafat Manusia*. Jakarta: PT Gramedia.

Barret, William. 2001, *The Death of Soul, Form Descartes to The Computer*. New York: Oxford University Press.

Baudrillard, Jean. 1983. *Simulation*. New York: Semiotext(e).

_______.1987. *The Ecstacy of Communication.* New York: Semiotext(e).

_______. 2000. *The Vital Illusion*. New York: Columbia University Press.

_______. 2006. *Forget Foucalt and Forget Baudrillard.* Terjemahan *Lupakan Postmodernisme*. Yogyakarta: Kreasi wacana.

Berger, Arthur Asa. 2005. *Tanda-tanda Dalam Kebudayaan Kontemporer, Suatu Pengantar Semiotika*. Terjemahan, Dwi Marianto. Yogyakarta: Tiara Wacana.

Berger, Peter L. 1973. *The Social Reality of Religion.* Middlesex: Penguin Books.

Bertens, K.1983. *Filsafat Barat Dalam Abad XX, Inggris-Jerman*. Jakarta: PT Gramedia.

_______. 2002. *Filsafat Barat Kontemporer, Inggris-Jerman*. Jakarta: PT Gramedia.

Boelaars, Jan.1986. *Manusia Irian, Dahulu, Sekarang, dan Masa Depan*. Jakarta: Gramedia.

Bourdieu, Pierre. 2004. *In Other Words: Essay Towards a Reflexive Sociology*. Cambridge: Polity.

Casanova, Jose. 1994. *Public Religion in Modern World.* Chicago: Chicago University Press.

Comford, Francis M. 2003. *Plato's Theory of Knowledge: The theatetus and The Sophist*. TK: Dover Publication.

Corbin, Henry. 1969. *Creative Imagination in Sufism of Ibn 'Arabi.* New York: Princeston University Press.

Deeken, Alfons.1974. *Procees and Permanence in Ethics Max Scheler's Moral Philosophy.* New York: Paulist Press/Paramus.

Derrida, Jacques.1976. *Of Gramatology*. Baltimore and London: The John Hopkins University Press.

Dhavamony, Mariasusai. 1973. *Fenomenologi Agama*. Yogyakarta: Kanisius.

Dillistone, F.W. 2002. *The Power of Symbol.* Terjemahan, A. Widjaya. Yogyakarta: Kanisius.

Drijarkara, Nicolaus. 1989. *Percikan Filsafat*. Jakarta: PT Pembangunan.

Dumatubun, A.E. 2003. "Pengetahuan, Perilaku Seksual Suku Bangsa Marind-Anim". Dalam *Jurnal Antropologi Papua*, Volume 1. No. 3 April, Papua.

Echols, John M. dan Shadily, Hassan. 1996. *Kamus Inggris-Indonesia*. Jakarta: Gramedia.

Eco, Umberto. 2009. *A Theory of Semiotics*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Foucault, Michel. 1999. *Religion and Culture.* Jeremy R. Carrete (Ed.). New York: Routledge.

Frondizi, R. 1963. *Filsafat Nilai*. Cuk Ananta W. (terj.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar .

Fuller, Steve. 2008. *Social Epistemology*. New York-London: Routledge.

Gadamer, Georg Hans. 1977. *Hermeneutika*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Genosko, Gary. 1999. *McLuhan and Baudrillard: Master Implosion*, PDF, tk, tp.

Golshani, Mehdi. 2004. *Melacak Jejak Tuhan dalam Sains*. Bandung: Mizan.

Hadi, Hardono. 1995. *Epistemologi*. Yogyakarta: Kanisius.

Hall, Jane. 2003. *Mind, Reason and Imagination Selected Essays in Philosophy of Mind and Language.* Cambridge: St. John's College, Cambridge University Press.

Harian Pagi Jurnal Nasional Edisi 21 November 2008.

Harun-Hadiwijono. 1980. *Sejarah Filsafat Barat*. Yogyakarta: Kanisius.

Haryatmoko. 2003. *Etika Politik dan Kekuasaan*. Jakarta: Kompas Gramedia.

Heffner, Robert W. 1997. *Print Islam:Mass Media and Ideological Rivalries Among Indonesian Muslim',* Indonesia No 64. TP.TK

Heidegger, Martin. 1958. *The Question of Being.* William Kluback dan Jean T Wilde (terj.). *Second edition*. New York: TP.

__________. 1993. *Basic Writings*. New York: Harper Collins.

__________. 2002. *Identity and Difference.* Chicago: University of Chicago Press.

Herusatoto, Budiono. 2008. *Simbolisme Jawa*. Yogyakarta: Ombak.

Hidayat, Komaruddin. 2001. *Agama di Tengah Kemelut*. Jakarta: Media Cita.

Hilmy, Masdar. 2008. *Islam Profetik: Substansiasi Nilai-nilai Agama dalam Ruang Publik*. Yogyakarta: Kanisius.

Husserl, Edmund. 1998."Cartesian Meditation". Dalam *Continental Philosophy*, William McNeil dan Karen S. Feldman (Ed.). Chicago: Blacwell Publisihing.

Jenkis, Richard. 2008. *Membaca Pemikiran Pierre Bourdieu*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Jowett, Benjamin. 2004. *eBooks@Adelaide The University of Adelaide* Library University of Adelaide South Australia, Adelaide.

Kaelan. 2002. *Filsafat Bahasa*. Yogyakarta: Paradigma.

_______. 2004. *Filsafat Analitik Menurut Ludwig Wittgenstein*. Yogyakarta: Paradigma.

Kaplan, David M. 2003. *Ricoeur's Critical Theory*. State University of New York Press, New York.

Kattsoff, Louis O. 1986. *Elements of Philosophy*. Soejono Soemargono (terj.). Yogyakarta: Tiara Wacana.

Koentjaraningrat. 1974. *Kebudayaan, Mentalitet dan Pembangunan*. Jakarta: PT Gramedia.

Kuntowijoyo. 1998. *Paradigma Islam*. Bandung: Mizan.

Lechte, John. 1994. *Fifty Contemporary Thinkers, From Structuralism to Postmodernity.* London: Routledge.

Leeuw, Van der. 1986. *Phanomenologie der Religion, translation Religion in Essence and Manifestation*. New York: Princeston.

Liliweri, Allo. 2007. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta: LkiS.

Lim, Francis. 2008. *Filsafat Teknologi*. Yogyakarta: Kanisius.

Lorens-Bagus. 2005. *Kamus Filsafat*. Jakarta: PT. Gramedia.

Mahzar, Armahedi. 2004. *Revolusi Integralisme Islam*. Bandung: Mizan.

Makkreel, Rudolf A. 1990a. *The Hermeunetical Import of the Critique of Judgement.* Chicago: Univesity of Chicago Press.

_______. 1990b. *Imagination and Intepretation in Kant: The Hermeunetical Import of the Critique of Judgement*. Chicago: Univesity of Chicago Press.

Marreu, Scott A. 2001. "Fenomenologi Agama: Menelusuri Pengalaman Keberagamaan Manusia". Dalam *Marburgh, Jurnal of Religion*, Volume 6, No.2, Juni 2001. (Edisi Indonesia: *Agama Empiris dalam Realitas Pergumulan Sosial*, 2002, Pustaka Pelajar,Yogyakarta.)

Martin, Vincent O.P. 2003. *Existansialism: Soren Kierkegaard, Jean Paul Sartre, Albert Camus.* Taufiqurrohman (terj.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Marx, Karl. 1952. *Das Capital.* Engels, William Benton (Ed.). London: Encyclopedia Britanica, Inc.

Mathewes, Charles. 2007. *Theology in Public Life*. Cambridge: Cambridge University Press.

McLuhan, Marshal. 1967. *Understanding Media: The Extension of Man.* London Sphere Books.

McMullin, Ernan. 1996. "Towards an Integrated Theory of Imagination". Dalam *Tijdschrift voor filosofie*. TK: Translation.

Mintaredja, Abbas Hamami. 2003. *Teori-Teori Epistemologi Common Sense*. Yogyakarta: Paradigma.

Morin, Edgar. 1965. *De Culture Industrie*. TK: Aulaa Boeken.

Mujiburrahman. 2008. *Meng-Indonesiakan Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Mulkan, Abdul Munir. 2003. *Strategi Sufistik Semar*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Muslih, Muhammad. 2003. *Religous Studies*. Yogyakarta: Belukar.

Nasr, Seyyed Hossein. 2003. *Antara Tuhan, Manusia, dan Alam*. Yogyakarta: Irchisod.

Neuman OSB, Matthias. 1978. Dua buah tulisan singkat dalam *Journal Philosophy of Quartely,*TK .

"Islam in Asia: A Half Bilion Believers Set Out to Temarke Their World", Dalam *Newsweek*, Juli 1986.

Ouspensky, P.D. 2005. *Tertium Organum*. Jakarta: Inisiasi Press.

Palmer, Richard E. 2005. *Hermeneutika, Teori Baru Mengenai Intepretasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Pasley, Malcolm.1978. *Nietzsche : Imagery and Thought, A Collection of Essays.* London: Methuen.

Piliang, Amir, Yasraf. 2004a. *Dunia yang Dilipat, Tamasya Melampaui Batas-batas Kebudayaan*. Yogyakarta: Jalasutra.

________. 2004b. *Posrealitas, Realitas Kebudayaan dalam Era Postmetafisika*. Yogyakarta: Jalasutra.

________. 2005. *Transpolitika, Dinamika Politik di dalam Era Virtual*. Yogyakarta: Jalasutra.

________. 2008. *Multisiplitas dan Diferensiasi, Redefinisi Desain, Teknologi dan Humanitas*. Yogyakarta: Jalasutra.

Pietersma, Henry. 2000. *Phenomenological Epistemology*. New York: Oxford University Press.

Pitt, Joseph C. 2000. *Thingking About Technology*. NewYork: Seven Bridges Press.

Pivcevic, Edo. 1970. *Husserl and Phenomenology*. pdf, TP,TK.

Plato. 1987. Republic.TT (*The Republic, also available translated by Benjamin Jowett,* University of Oxford, eBooks@Adelaide 2004)

Popper, Karl R. 2008. *Logika Pemikiran Ilmiah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Pranarka. 1987. *Epistemologi Dasar: Suatu Pengantar*. Jakarta: CSIS.

Rakhmat, Jallaludin. 2001. "Kecerdasan Emosioal, Perspektif Sufistik". Dalam *Komaruddin Hidayat, Agama di Tengah Kemelut*. Jakarta: Media Cita.

Ravertz, Jerome R. 2008. Filsafat Ilmu, Sejarah dan Ruang Lingkup Bahasan. Terjemahan, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Reese, W.L. 1991. *Dictionary of Philosophy and Religion-Eastern and Western Thought.* New Jersey: Humanities Press.

Ricoeur, Paul. 2008. *Hermeneutics and The Human Sciences.* Yogyakarta: Tiara Wacana.

Russel, Bertrand. 2002a. *Berpikir Ala Filsuf*. Yogyakarta: Ikon.

________. 2002b. *The Problem of Philosophy*. Yogyakarta: Ikon.

Sartre, JP. 2002. *Existansialism and Humanism.* Yudhi Murtanto (penerj.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Schimmel, Annemarie., 1994. *Dechipering the Sign of God: A Phenomenological Approach to Islam,* New York: State University of New York Press.

Simanjuntak, Mangantar. 1990. *Teori Linguistik Chomsky dan Teori Neurolinguistik Wernick*. Jakarta: Media Gaya Pratama.

Siradj, Said Aqil. 2001. "Jalan Menuju Tuhan" dalam Komaruddin Hidayat, *Agama Di tengah Kemelut*. Jakarta: Media Cita.

Siswanto, Joko. 1995. "Substansi". Tesis. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

________. 1998. *Sistem-Sistem Metafisika Barat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

________. 2003. "Metafisika Wayang, Dimensi Ontologis wayang sebagai Simbol Kehidupan". Dalam *Jurnal Filsafat*, April 2003, Jilid 33, Nomor 1. Yogyakarta: UGM.

Slouka, Mark. 1999. *War of The World: Cyberspace and High Tech Assault on Reality* (*Ruang Yang Hilang: Pandangan Humanis tentang Budaya Cyber*). Bandung: Mizan.

Spivak, Gayatri Cakavorty. 2003. *Membaca Pemikiran Derrida: Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.

Stange, Paul.1998. *Politik Perhatian, Rasa dalam Kebudayaan Jawa*. Yogyakarta: LkiS.

Strauss, Claude Levi. 2001. *Mitos, Dukun, dan Sihir*. Yogyakarta: Kanisius.

Sudarminta. 2002. *Epistemologi: Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Kanisius.

Sugiharto, Bambang. 1996. *Postmodernisme: Tantangan bagi Filsafat*. Yogyakarta: Kanisius.

Suseno, Franz Magnis. 2001. *Etika Jawa*. Jakarta: PT Gramedia.

Syamsuddin, Mukhtasyar. 2009. "Fenomenologi Agama". Modul. Yogyakarta: Fakultas Filsafat Universitas Gadjah Mada.

Taylor, Mark C. 2007. *After God*. Chicago: United States of America, The University of Chicago.

Taylor, Mark C. dan Esa Saarinen. 1994. *Imagologies-Media Philosophy.* London: Routledge.

Tedjoworo. 2001. *Imaji dan Imajinasi, Suatu Telaah Filsafat Postmodern*. Yogyakarta: Kanisius.

Tempo edisi 18 Juli 1992.

Tillich, Paul. 1996. “Religous Language as Symbol”. Dalam Michael Peterson, William Hasker, Bruce Reicenbach, dan David Basinger. *Philosophy of Religion.*Selected Readings. New York: Oxford University Press.

Toynbee, Arnold J. 1976. *Man kind and Mother Earth, A Narrative History of the World*. Agung Prihantoro dkk. (penerj.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Trigg, Roger. 2007. *Religion in Public Life: Must Faith Be Privatized?.* New York: Oxford University Press.

Vedder, Ben. 2006. *Heidegger's Philosophy of Religion: From God to the Gods.* Pennsylvania, Pittsburgh: Duquesne University Press.

Virilio, Paul. 1991. *The Aesthetics of Disappearance*. New York: Semiotext(e).

Warsito-Puspoprodjo. 2007. *Logika Scientifika*. Bandung: Pustaka Grafika.

Welton, Don. 2003. *The New Husserl:A Critical Reader*. Bloomington: Indiana University Press.

White, Morton. 1959. “Can History Be Objective?”. Dalam Hans Mayerhoff. *Philosophy of History.* New York: Anchor book.

Woodward, Mark R.1999. *Islam Jawa dan Keraton*. Yogyakarta: LKiS.

INDEKS

E

F

G

H

S

T

U

V

W

RIWAYAT HIDUP



Hudjolly, lahir di Tegal pada 16 Oktober 1979. Penulis mulai menempuh pendidikan sekolah dasar di SDN Tegalsari 7 Kota Tegal (1990/1991), SMPN 3 dan SMAN 2 Kota Tegal (1997). Setelah jeda 2 tahun, ia melanjutkan studi Strata 1 pada jurusan Hukum Islam di Sekolah Tinggi Agama Islam Bakti Negara, lulus pada tahun 2003/2004. Setelah itu, ia memperoleh M.Phil di Program Pascasarjana Filsafat, Fakultas Filsafat, Universitas Gadjah Mada (2008) dan lulus pada Februari 2010 dengan predikat *Cum Laude*.

Riwayat pekerjaannya dimulai dari tahun 2001 sebagai wartawan *Tabloid Suara Rakyat* dan beberapa media massa lain. Kariernya berlanjut menjadi staf peneliti di almamater (2003–2004) dan menjadi Kapuslit Pengembangan Wilayah dan Otonomi Daerah LEMLIT STAIBN (2004–2006) dan menjadi anggota di sejumlah riset bersama antara lain Penelitian Studi Kesiapan Managemen Berbasis Sekolah (Bappeda Kabupaten Tegal, 2002); Study Analisis Pengangguran dan Strategi Pengentasannya (Bappeda Kabupaten Tegal, 2003); Evaluasi Penerapan Managemen Berbasis Sekolah (Bappeda dan Diknas Kabupaten Tegal, 2004); Evaluasi Bantuan Stimulan di SD

se-Kab Tegal (Bappeda Kabupaten Tegal, 2004); serta anggota tim penelitian Evaluasi Gangguan Akibat Kekurangan Yodium (Bappeda Kabupaten Tegal, 2004). Di pertengahan tahun 2010 bersama Prof. Mark R. Woodward dari Arizona State Universiti mempresentasikan Multikuluralisme Pendidikan dalam suatu seminar Internasional yang digelar Lemlit STAIBN.

Di tahun 2005 karier jurnalistiknya mengalami perubahan. Ia menjabat Pemimpin Redaksi *Tabloid Media Kota*. Dua tahun kemudian hinggap di harian pagi *Nirmala Post* sebagai Redaktur *editorial writers*, menggawangi desk Opini-Artikel dan Resensi sejak 2007–2009. Di tahun 2010 ia bergelut sebagai editor sekaligus penulis di kumpulan tulisan yang diberi judul "Nalar dan Destinasi", sebuah kontemplasi filsafat dalam pernik tradisi Nusantara yang diterbitkan re-Kreasi Yogyakarta.

Selain itu, beberapa tulisan untuk media massa nasional antara lain "Pembangunan Hijau" (*Kompas*); "Tol Trans Jawa" (*Suara Merdeka*), "Globalisasi versus Lokalitas" (*Suara Merdeka*), "Rivers Management" (*Beritabumi*), dan lain-lain. Saat ini ia menulis untuk *Tengkuamirhamzah.com*; *Rajaalihaji.com*; serta *Melayuonline.com*. Di rumpun portal tersebut penulis juga pernah menjabat *chief editor* di pengujung tahun 2010 pada *Melayuonline.com*; *Wisatamelayu.com*; *Kerajaannusantara.com*; *Ceritarakyatnusantara.com*; serta *Jogjatrip.com*. Tidak hanya dunia tulis, keterlibatan aktif di masyarakat dan profesi dilakoninya antara lain konsultan pada Asosiasi Pedagang Ikan Kota Tegal serta konsultan pada Kelompok Pengusaha Ikan Asin, sejak tahun 2007. Saat ini penulis tengah menyelesaikan tulisan "Epistemologi Metafisik".

IMAGOLOGI
STRATEGI REKAYASA TEKS



Produksi imagologi dalam skala massif melibatkan pembenaran dalam hal penggunaan simbol keagamaan. Kontroversi teologis "baik dan buruk" disajikan lewat simbol-simbol menjadikan pertentangan keduanya bersifat absurd. Agama sering dinilai dari realitas yang tampak luar, yang dalam proses imagologi dibuat dalam bentuk teks-teks sehingga perilaku keagamaan selalu diukur pada simbol yang mewakili realitas yang ditampakkan.

Imagologi merupakan representasi visual dan naratif, jadi yang dikedepankan adalah citra, mediumnya adalah media massa. Iklan-iklan komersial dan propaganda ideologis, menurut Milan Kundera, merupakan bagian dari satu aturan yang sama, yakni: imagologi. Kata ini mencakup "agensi periklanan juga manajer kampanye politik".

Buku ini akan mengupas imagologi sebagai rekayasa teks, terutama imagologi keagamaan. Pembahasan akan menyangkut fenomena rekayasa teks, pengenalan teks dalam studi fenomena sosial keagamaan, realitas imagologi, hubungan imagologi dan realitas keagamaan, struktur epistemik imagologi religiusitas, dan transformasi fenomena religiusitas.



Jl. Anggrek 126 Sambilegi, Maguwoharjo
Depok, Sleman, Jogjakarta 55282
Telp./Fax.: (0274) 488132
e-mail: arruzzwacana@yahoo.com

ISBN: 978-979-25-4888-4

